

**STRATEGI PENINGKATAN LITERASI DIGITAL MELALUI
PENGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL OLEH USAHA KECIL DAN
MENENGAH BINAAN DINAS KOPERASI DAN UKM DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR MAGANG



ACC untuk ujian akhir (18/07/2024)

Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.

Ditulis oleh:

Nama	: Dinda Artya Hamidah
NIM	: 20311483
Program Studi	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Pemasaran
Insatansi Magang	: Dinas Koperasi dan UKM DIY

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN JUDUL
Strategi Peningkatan Literasi Digital Melalui Penggunaan Teknologi Digital
Oleh Usaha Kecil dan Menengah Binaan Dinas Koperasi dan UKM Daerah
Istimewa Yogyakarta
TUGAS AKHIR MAGANG



Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Ditulis oleh:

Nama	: Dinda Artya Hamidah
NIM	: 20311483
Program Studi	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Pemasaran
Insatansi Magang	: Dinas Koperasi dan UKM DIY

PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini menyatakan bahwa dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai ketentuan yang berlaku,”

Penulis,



Handwritten signature of Dinda Artya Hamidah.

Dinda Artya Hamidah

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

Telah dipertahankan/diuji dan disahkan
untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata-1
pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,
Universitas Islam Indonesia

Ditulis oleh:

Nama : Dinda Artya Hamidah
NIM : 20311483
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran
Insatansi Magang : Dinas Koperasi dan UKM DIY

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal: 18 Juli 2024

Dosen Pembimbing:



(Arif Hartono S.E., M.Ec., Ph.D.)

BERITA ACARA UJIAN



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Senin, tanggal 05 Agustus 2024, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama : Dinda Artya Hamidah
No. Mahasiswa : 20311483
Judul Tugas Akhir : STRATEGI PENINGKATAN LITERASI DIGITAL MELALUI
PENGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL OLEH USAHA KECIL
DAN MENENGAH BINAAN DINAS KOPERASI DAN UKM
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
Pembimbing : Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir tersebut dinyatakan:

Lulus Ujian Tugas Akhir

Nilai : A
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Anas Hidayat, Prof., Drs., M.B.A., Ph.D.
Anggota Tim : Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.

Yogyakarta, 06 Agustus 2024

Ketua Program Studi Manajemen,



Abdur Rafik, SE., M.Sc.
NIK. 133110105

MOTTO

“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri – sendiri”

(Besok Mungkin Kita Sampai - Hindia)

“Jadilah besar bestari dan manfaat tuk sekitar”

(Saudade - Kunto Aji)

“Dan janganlah kamu merasa lemah dan janganlah pula bersedih hati, sebab kamulah yang paling tinggi derajatnya jika kamu orang-orang yang beriman”

(Q.S Ali Imran: 139)

ABSTRAK

Peningkatan tren digital dan teknologi informasi telah membawa peluang dan tantangan baru, terutama bagi Usaha Kecil Menengah (UKM). Penggunaan teknologi digital menjadi penting untuk pertumbuhan perusahaan. Namun, UKM sering menghadapi kesulitan dalam mengadopsi teknologi informasi karena kurangnya pemahaman mengenai literasi digital. Dalam era digitalisasi, pelaku usaha perlu memilih solusi teknologi digital dan memanfaatkannya secara optimal untuk menjalankan bisnis mereka. Contohnya aplikasi SiBakul Jogja menawarkan berbagai manfaat, termasuk memperluas pasar dan mempercepat perkembangan usaha. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 69 responden. Untuk meningkatkan penggunaan aplikasi SiBakul Jogja dan teknologi digital secara umum, penelitian ini menerapkan Model Penerimaan Teknologi/TAM (*Technology Acceptance Model*) yang mempertimbangkan aspek kegunaan dan kemudahan pengguna pada aplikasi SiBakul Jogja. Sementara itu, variabel eksternal seperti sikap pengguna, minat pengguna, dan penggunaan sesungguhnya juga ditambahkan untuk teknologi digital secara umum. Hasil dari analisis TAM menggambarkan seberapa tingkat penerimaan pelaku usaha dalam menerima teknologi SiBakul Jogja dan membantu merumuskan strategi untuk meningkatkan adopsi pada aplikasi ini maupun teknologi digital lainnya.

Kata Kunci: Teknologi Digital, Model Penerimaan Teknologi, SiBakul Jogja, Usaha Kecil Menengah

ABSTRACT

Increasing digital trends and information technology have brought new opportunities and challenges, especially for Small and Medium Enterprises (SMEs). The use of digital technology is important for company growth. However, SMEs often face difficulties in adopting information technology due to a lack of understanding of digital literacy. In the era of digitalization, business actors need to choose digital technology solutions and utilize them optimally to run their business. For example, the SiBakul Jogja application offers various benefits, including expanding markets and accelerating business development. This research used a quantitative descriptive method with a total of 69 respondents. To increase the use of the SiBakul Jogja application and digital technology in general, this research applies the Technology Acceptance Model (TAM) which considers aspects of usability and user convenience in the SiBakul Jogja application. Meanwhile, external variables such as user attitudes, user interests, and actual usage are also added for digital technology in general. The results of the TAM analysis illustrate the level of acceptance of business actors in accepting SiBakul Jogja technology and help formulate strategies to increase adoption of this application and other digital technologies.

Keywords: Digital Technology, Technology Acceptance Model, SiBakul Jogja, Small and Medium Enterprises

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**Strategi Peningkatan Literasi Digital Melalui Penggunaan Teknologi Digital Oleh Usaha Kecil dan Menengah Binaan Dinas Koperasi Dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta**”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu prasyarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis selalu diberikan kemudahan, kelancaran, dan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Orang tua tercinta, yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dan doa tiada henti untuk kelancaran penyusunan tugas akhir.
3. Bapak Arif Hartono S.E., M. Ec., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan segala ilmu pengetahuan, waktu, tenaga, dan arahan dalam

membimbing penulis selama menyusun tugas akhir, sehingga penulis dapat menyelesaikannya.

4. Mbak Dhita Mawar Hutami yang turut memberikan nasihat dalam masa perkuliahan dan selalu menghibur ketika penulis merasa bosan.
5. Dra. Tatik Ratnawati, M.M selaku supervisor atau mentor ketika penulis melakukan magang di Diskop UKM DIY dan seluruh karyawan bidang UKM. Terima kasih telah memberikan kesempatan dan pengalaman magang kepada penulis untuk bergabung di Diskop UKM DIY selama 5 bulan.
6. Fadilah Putri Laksmi, Afifanzha Cika, Desi Putri, Raditya Fauzan, dan Tegar Pangestu, selaku teman yang selalu saling mendoakan, memberikan motivasi, canda tawa, dan bantuan kepada penulis selama melakukan penyusunan tugas akhir.
7. Sekar Maya, Nabila Sari, Pramesty Putri, Whisnu Ade Mulia, Daniswara Alif, Bitu Veny, Berlian Erlangga, Firman Okta Yandri, Kadafih Alfajri, Agil Mufaddhol. Terima kasih untuk suka duka selama masa perkuliahan hingga pengerjaan tugas akhir ini, selalu saling menemani dan mengajak untuk mengerjakan tugas akhir bersama.
8. Para responden yang sudah mempercayakan data- data mereka untuk kepentingan penelitian ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan berkat yang berlimpah dan anugrah-Nya bagi pihak-pihak yang tersebut di atas. Penulis menyadari bahwa

tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan dalam penulisan baik dalam hal teknik pembahasan maupun penyajian. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 18 Juli 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dinda Artya Hamidah', written in a cursive style.

Dinda Artya Hamidah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
BERITA ACARA UJIAN.....	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan	9
1.4. Manfaat	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Literasi Digital.....	11
2.2. Technology Acceptance Model	14
2.3. SiBakul Jogja.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1. Pendekatan / Metode Penelitian	24
3.2. Tempat dan Waktu Magang.....	25
3.2.1. Tempat Magang.....	25
3.2.2. Waktu Magang.....	26
3.3. Unit Analisis	26
3.4. Pengumpulan Data.....	28
3.4.1. Kuesioner	28
3.4.2. Populasi.....	30
3.4.3. Sampel.....	30

3.5. Langkah – Langkah Pengolahan Data	31
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Analisis Statistika Deskriptif Data Demografi Responden	34
4.2. Analisis Deskriptif Penilaian Variabel TAM.....	45
4.3. Pembahasan.....	58
4.4 Rekomendasi Strategi bagi Dinas Koperasi dan UKM DIY	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
1.1. Kesimpulan.....	63
1.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Technology Acceptance Model</i>.....	15
Gambar 2. 2 Model Pendekatan.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1 Diagram Demografi Jenis Kelamin Responden	35
Gambar 4. 2 Diagram Demografi Usia Responden	36
Gambar 4. 3 Diagram Demografi Posisi Responden	38
Gambar 4. 4 Diagram Demografi Pendidikan Terakhir Responden	39
Gambar 4. 5 Diagram Demografi Bidang/ Sektor UKM.....	40
Gambar 4. 6 Diagram Demografi Jumlah Tenaga Kerja	42
Gambar 4. 7 Diagram Demografi Omset Penjualan	43
Gambar 4. 8 Diagram Demografi Usia Usaha	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data UMKM.....	3
Tabel 3. 1 Jadwal Kerja Hari Biasa.....	26
Tabel 3. 3 Jadwal Kerja Hari Ramadan.....	26
Tabel 4. 1 Data Demografi Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 4. 2 Data Demografi Usia Responden.....	36
Tabel 4. 3 Data Demografi Posisi Responden.....	37
Tabel 4. 4 Data Demografi Pendidikan Terakhir Responden.....	38
Tabel 4. 5 Data Demografi Bidang atau Sektor UKM.....	40
Tabel 4. 6 Data Demografi Jumlah Tenaga Kerja	41
Tabel 4. 7 Data Demografi Omset Penjualan UKM	42
Tabel 4. 8 Data Demografi Usia Responden.....	44
Tabel 4. 9 Rentang Standar Nilai.....	45
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif <i>Perceived Usefulness</i>.....	46
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif <i>Perceived Ease Of Use</i>	49
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif <i>Attitude Toward Using Technology</i>	51
Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif <i>Behavioral Intention To Use</i>	53
Tabel 4. 14 Analisis Deskriptif <i>Actual To Use Technology</i>.....	55

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi telah memberikan banyak manfaat bagi kehidupan manusia karena telah mampu mengatasi keterbatasan ruang dan waktu. Hadirnya kemajuan teknologi digital memberikan kemudahan dalam mengakses berbagai informasi dan berinteraksi dengan layanan publik, hingga memberikan akses informasi secara cepat. Literasi digital menjadi sangat penting karena manusia harus dapat memanfaatkan teknologi dan informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien. Khususnya pemanfaatan teknologi digital pada Usaha Kecil, dan Menengah (UKM). Ketika terjadi stagnasi atau krisis ekonomi, UKM adalah pemain utama yang memberikan peluang bagi para pengangguran (Civelek & Krajčák, 2022; Civelek et al., 2023). Karena strukturnya yang dinamis dan fleksibel, UKM juga dapat merespon dengan cepat berbagai perubahan perkembangan sosial ekonomi (Zhao, Wu, & Ye, 2021). Meskipun UKM memiliki karakteristik tersebut, mereka perlu mengadopsi dan menggunakan sistem digital dalam operasionalnya agar tetap dapat bersaing dengan para pesaingnya (Krajčák et al., 2023)

Pada era sekarang, perkembangan yang sangat pesat mampu memberikan pengaruh besar dan mendominasi seluruh sektor kehidupan masyarakat, termasuk di dunia usaha, yaitu UMKM. Definisi UMKM berbeda antara satu negara dengan negara lainnya dan berbeda pula (Hanim, 2018)

definisi yang dibuat oleh berbagai lembaga dunia. Tidak ada suatu kesepakatan terhadap bagaimana mendefinisikan UMKM. Umumnya UMKM didefinisikan berdasarkan beberapa karakteristik, seperti jumlah tenaga kerja yang dipergunakan, jumlah kapital, dan omset dari kegiatan yang dihasilkan. Mereka juga dapat didefinisikan berdasarkan berbagai karakteristik seperti skala usaha, teknologi yang digunakan, organisasi, manajemen, orientasi pasar, dan lain sebagainya. Dalam perspektif global, UKM telah diakui memiliki peranan sangat penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Begitu juga dalam sejarah ekonomi Indonesia, semua pihak mengakui bahwa UKM adalah tulang punggung perekonomian nasional (Erlanitasari et al, 2019). UMKM mampu memperluas lapangan pekerjaan, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, serta berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dan memberikan kontribusi sebesar 61,07 persen atau 8.573,89 triliun rupiah terhadap PDB. UMKM juga dapat menyerap lebih dari 117 juta pekerja atau 97 persen dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,4 persen dari total investasi. Daerah Istimewa Yogyakarta adalah sebagai provinsi yang memiliki jumlah UMKM pada tahun 2024 sebanyak 343.207 unit.

Menurut data yang bersumber pada laman resmi Bappeda DIY, jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di DIY berdasarkan tahun 2020 – 2024 adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data UMKM

No.	Elemen Data	Tahun				
		2020	2021	2022	2023	2024
1.	Usaha Mikro	188.033	318.892	324.745	324.408	326.555
2.	Usaha Kecil	58.980	16.061	16.069	16.069	16.072
3.	Usaha Menengah	30.664	2.107	2.110	2.109	2.130
Total		277,677	337.060	342.924	342.586	344.757

Hingga saat ini, UKM telah diakui oleh banyak pihak, termasuk pemerintah, karena memiliki peran sangat penting dalam kehidupan masyarakat kecil yakni mengurangi jurang kemiskinan, meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil, dan memberikan devisa bagi negara. Oleh karena itu, banyak UKM yang mulai diberikan fasilitas yang memungkinkan mereka untuk lebih berkembang.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah yang memiliki UKM dengan peran signifikan dalam perputaran ekonomi ditingkat lokal dan dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Sebagai bagian dari pembangunan ekonomi, maka pelaku usaha harus dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan kualitas serta layanan mereka, sehingga UKM memiliki ketahanan bisnis untuk dapat bersaing. Hal ini mendorong Dinas Koperasi dan UKM DIY untuk dapat menciptakan suatu

platform digital satu data Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah Daerah Istimewa Yogyakarta (KUMKM DIY), pembinaan dan pengembangan KUMKM DIY serta sistem dukungan penguatan produk.

DISKOP UKM DIY merupakan lembaga yang mempunyai tugas diatur dalam Peraturan Gubernur DIY Nomor 96 Tahun 2022 membantu Gubernur melaksanakan urusan pemerintah di bidang koperasi dan UKM. DISKOP UKM DIY membuat platform pembinaan koperasi dan UMKM yang kemudian dikembangkan menjadi *marketplace* yang diberi nama SiBakul Jogja dengan harapan dapat membantu menjawab tantangan-tantangan yang dihadapi UMKM, salah satunya pada aspek pemasaran.

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, DISKOP UKM DIY memiliki sebuah visi dan misi sebagai berikut:

a.) Visi

Terwujudnya peningkatan kemuliaan martabat manusia Jogja

b.) Misi

Kemuliaan martabat manusia Jogja menyandang Misi “Lima Kemuliaan” atau “Pancamulia”, yakni:

1. Terwujudnya peningkatan kualitas hidup – kehidupan – penghidupan masyarakat yang berkeadilan dan berkeadaban, melalui peningkatan kemampuan dan peningkatan keterampilan sumberdaya manusia Jogja yang berdaya saing,

2. Terwujudnya peningkatan kualitas dan keragaman kegiatan perekonomian Masyarakat, serta penguatan ekonomi yang berbasis pada sumberdaya lokal (keunikan teriteori ekonomi) untuk pertumbuhan pendapatom masyarakat sekaligus pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan,
3. Terwujudnya peningkatan harmoni kehidupan bersama baik pada lingkup Masyarakat maupun lingkup birokrasi atas dasar toleransi, tenggang rasa, kesantunan, dan kebersamaan,
4. Terwujudnya tata dan perilaku penyelenggaraan pemerintah yang demokratis, dan
5. Terwujudnya perilaku bermartabat dari para aparatur sipil penyelenggara pemerintah atas dasar tegaknya nilai-nilai integritas yang menjunjung tinggi kejujuran, nurani rasa malu, Nurani rasa bersalah dan berdosa apabila melakukan penyimpangan-penyimpangan yang berupa korupsi, kolusi, dan nepotisme.

Adanya target transformasi digital dan peningkatan kinerja usaha dari UMKM mennuntut adanya perbaikan pengelolaan usaha di lapangan. Pembinaan yang telah dilakukan dalam penerapannya akan lebih terarah jika dilanjutkan dengan pendampingan di lapangan. Oleh karena itu, DISKOP UKM DIY telah memiliki tata kelola pembinaan dalam bentuk aplikasi Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan Pelaku Usaha DIY (Aplikasi SiBakul Jogja) yang dalam penjawantahan diperlukan pendamping peningkatan dan hasilnya

harus tercatat dalam aplikasi sehingga dapat diketahui peningkatan dari sasaran pembinaan.

SiBakul Jogja diluncurkan secara resmi pada 11 November 2019 sebagai bentuk digitalisasi model Pembinaan Sikular DISKOP UKM DIY bagi pelaku koperasi dan UKM. Transformasi digital meliputi kegiatan pendataan dan klastering, penumbuhan koperasi dan UKM, pelatihan, pembinaan, fasilitasi, konsultasi, dan pendampingan. Terdapat enam aspek sebagai dasar pembinaan, yaitu aspek SDM, kelembagaan, produksi, keuangan, pemasaran, dan *digital marketing*. Menurut Srie Nurkyatsiwi selaku Kepala DISKOP UKM DIY, program itu memberikan fasilitas foto produk dan desain produk serta ongkos kirim gratis kepada koperasi maupun UMKM di DIY. Hingga November 2023, fasilitas bebas ongkos kirim melalui SiBakul Jogja telah mencapai lebih dari 273 ribu transaksi dengan ongkos kirim mencapai Rp 6,48 miliar.

Peningkatan pemberdayaan terhadap UKM sudah dilakukan oleh DISKOP UKM DIY dimana seluruh kegiatan pembinaan koperasi dan UMKM di wilayah DIY wajib terintegrasi dengan sistem SiBakul Jogja. Tujuan dari upaya ini adalah untuk menjaga data koperasi dan UMKM soliditas, aktual, dan konsisten. Hal ini sangat membantu untuk memberikan gambaran yang tepat tentang posisi kekuatan UMKM di DIY, sehingga dapat diarahkan secara efektif dan berdampak. Menurut Gubernur DIY, Sri Sultan Hamengkubuwono X, aplikasi SiBakul Jogja meningkatkan fleksibilitas di tengah krisis dengan menambahkan fitur *markethub*. Melalui SiBakul Jogja, para pelaku usaha, koperasi, dan UMKM dapat meningkatkan skala usahanya melalui pelatihan

yang diikuti sesuai dengan kebutuhan dan keterlibatan dalam *markethub* SiBakul, mereka dapat meningkatkan skala usahanya dan memperluas pangsa pasar mereka.

Penggunaan SiBakul Jogja tidak terlepas dari berbagai kendala, DISKOP UKM DIY menyebutkan kendala utama dalam kurasi SiBakul adalah terkait konsistensi. Kepala DISKOP UKM DIY, Srie Nurkyatsiwi mengatakan adanya beberapa tantangan yang dihadapi termasuk foto produk dan kemasan. Namun, saat ini ada fasilitas gratis yang dapat digunakan untuk mengambil foto produk.

Literasi digital menjadi hal krusial di era industry 5.0 dikarenakan kemampuan teknologi informasi merupakan elemen penting dan memiliki pengaruh yang signifikan bagi transformasi ekonomi. Kemunculan era digital membuka peluang baru bagi Usaha, Kecil, dan Menengah untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing. Namun, juga menjadi tantangan bagi pelaku UKM dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Tingkat literasi digital seringkali dapat menjadi hambatan dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Literasi digital yang baik memungkinkan UKM untuk dapat mengadopsi dan memanfaatkan berbagai alat dan *platform* teknologi digital seperti media sosial, *e-commerce*, dan aplikasi bisnis lainnya.

Memiliki kemampuan untuk dapat menerima informasi dan juga diimbangi dengan kemampuan untuk menelusur dan mengidentifikasi informasi yang diterima terutama dalam bentuk digital atau disebut dengan kemampuan literasi digital merupakan salah satu tuntutan untuk pelaku usaha pada era digitalisasi.

Fenomena ini menjadi sangat menarik untuk dikaji. Dengan memberdayakan UKM untuk masuk ke dalam teknologi digital adalah pilihan terbaik karena UKM mendominasi struktur usaha di Indonesia. Oleh karena itu, seberapa siap UKM untuk menggunakan teknologi digital, mengingat perkembangan teknologi digital berkembang begitu pesat, jika tidak ada peningkatan pengetahuan dan pemahaman yang signifikan, perbedaan antara keduanya akan semakin besar. Untuk itu perlu dilakukan penelitian mendalam mengenai seberapa jauh UKM di DIY memahami dan menerima teknologi digital untuk kepentingan bisnisnya.

Dengan demikian, penelitian ini akan menganalisis penyebab masih rendahnya literasi digital dalam penggunaan aplikasi SiBakul Jogja dan teknologi digital lainnya dengan menggunakan metode analisis TAM (*Technology Acceptance Model*). Laporan tugas akhir ini akan menggambarkan tingkat penerimaan Usaha Kecil dan Menengah dari sudut pandang kegunaan dan kemudahan aplikasi SiBakul Jogja. Selain itu untuk mengetahui seberapa mahir UKM menggunakan perangkat teknologi digital untuk memberikan manfaat dalam kegiatan bisnisnya. Setelah itu dapat dirumuskan strategi untuk mendorong para pelaku usaha agar bersedia menggunakan aplikasi SiBakul Jogja dan teknologi digital lainnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan dihadapi antara lain:

1. Bagaimana tingkat penerimaan Usaha Kecil dan Menengah di DIY dalam sudut pandang kegunaan dan kemudahan pengguna untuk menggunakan aplikasi SiBakul Jogja ?
2. Seberapa mahir Usaha Kecil dan Menengah di DIY dalam memanfaatkan perangkat teknologi digital untuk kegiatan bisnisnya?
3. Bagaimana strategi untuk meningkatkan literasi digital UKM di DIY sehingga berdampak pada peningkatan penerimaan aplikasi SiBakul Jogja?

1.3. Tujuan

Tujuan penulisan tugas akhir magang ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat penerimaan Usaha Kecil dan Menengah di DIY dalam sudut pandang kegunaan dan kemudahan pengguna untuk menggunakan aplikasi SiBakul Jogja.
2. Untuk mengetahui seberapa mahir Usaha Kecil dan Menengah di DIY dalam memanfaatkan perangkat teknologi digital untuk kegiatan bisnisnya.
3. Untuk merumuskan strategi peningkatan literasi digital UKM di DIY sehingga berdampak pada penerimaan aplikasi SiBakul Jogja

1.4. Manfaat

Adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penulisan tugas akhir magang adalah:

1. Manfaat bagi penulis

- a. Sebagai sarana pembelajaran bagi penulis untuk dapat menganalisis masalah yang terjadi di instansi tempat magang dan membuat solusi dari permasalahan tersebut.
2. Manfaat bagi instansi
- a. Instansi dapat menentukan strategi dan langkah-langkah yang tepat untuk dilakukan ke depannya agar penggunaan teknologi digital dan aplikasi SiBakul Jogja dapat lebih maksimal.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1. Literasi Digital

Kemajuan teknologi digital yang semakin pesat telah melahirkan dimensi literasi baru, seperti literasi digital. Gagasan mengenai literasi digital mulai dipopulerkan oleh Glister pada tahun 1977. Menurut Glister (1977) literasi digital merupakan keterampilan dan kemampuan yang dimiliki setiap orang dalam mencari, mengakses, memilah, menggunakan, menyusun, dan menyebarkan informasi baru yang diperolehnya kepada masyarakat dengan menggunakan perangkat digital. Selain itu, Martin (2006) menjelaskan bahwa literasi digital adalah kesadaran sikap dan kemampuan individu untuk menggunakan alat dan fasilitas digital secara tepat untuk mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis, dan mensintetis sumber daya digital, membangun pengetahuan baru, menciptakan ekspresi media, dan berkomunikasi dengan orang lain dalam konteks digital.

Literasi TIK telah didefinisikan oleh *American Library Association* (ALA) (2006) dengan empat aspek; a). Kemampuan untuk mengenali kapan informasi dibutuhkan; b) Kemampuan untuk menemukan informasi yang dibutuhkan; c). Kemampuan mengevaluasi kesesuaian informasi yang diambil, dan d), Kemampuan untuk menggunakan informasi yang dibutuhkan secara efektif dan tepat. Literasi digital dan kompetensi digital menjadi konsep yang semakin banyak digunakan dalam diskusi publik.

Namun, masih perlu menermukan titik temu dan persamaan dengan bidang literasi lainnya. Literasi digital dapat dikatakan sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format dari berbagai sumber yang menekankan pada tantangan kognitif tertentu dengan kemampuan mengintegrasikan media analog dan digital (Latifah *et al*, 2022). Literasi digital berperan penting dalam menentukan posisi dan perilaku individu, pelaku usaha bahkan perusahaan baik di era globalisasi yang akan terus mengdigitalkan berbagai aspek kehidupan.

Menurut Jasin *et al.*, (2024) literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi dan informasi dari perangkat digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karir, dan kehidupan sehari-hari. Literasi digital dalam konteks bisnis adalah kemampuan mengakses sumber informasi bisnis terpercaya secara digital, membangun informasi bisnis dari berbagai sumber terpercaya, berpikir kritis, dan menganalisis informasi tersebut, kesadaran akan pentingnya media konvensional dan menghubungkannya dengan media (Mansur, 2022).

Semua definisi mengenai literasi digital mempunyai landasan yang sama yaitu meningkatnya penggunaan dan pengakuan akan pentingnya media digital dalam semua aspek kehidupan (Aji, 2023) yang sekaligus juga mendorong kemampuan pengguna dalam mengakses dan merespon pesan-pesan media secara kritis untuk meningkatkan kontrol individu terhadap penggunaan media digital. Mayoritas definisi literasi digital selalu mengandung setidaknya beberapa poin serupa, antara lain penelusuran

informasi yang efektif, pengetahuan sumber informasi yang valid, kemampuan memilih dan mengevaluasi informasi, memahami persoalan bias dan misinformasi, serta efektivitas dalam menyebarkan informasi kepada pihak lain (Webber dan Johnston 2000; Haenfler *et al.*, 2012).

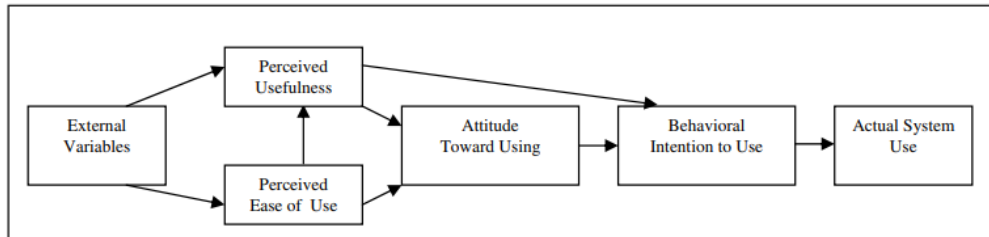
Menurut Aji (2023) literasi digital menjadi elemen penting yang harus dikuasai, mengingat lanskap media digital telah menciptakan peluang sekaligus tantangan yang harus dipahami oleh seluruh penggunanya, terutama dalam konteks ekonomi dan bisnis. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa UMKM di negara-negara berkembang memiliki beberapa kendala yang kurang lebih seragam, terutama mengenai adopsi dan pemahaman penggunaan TIK. Namun, memiliki literasi digital saja tidak cukup untuk mendorong transformasi digital. Sebaliknya, para manajer harus menggunakan keterampilan digital mereka dalam pekerjaan mereka dengan menggunakan teknologi digital, seperti *blockchain*, *artificial intelligence*, dan analisis data, sehingga menciptakan sikap positif terhadap teknologi di UKM yang pada nantinya akan memfasilitasi transformasi digital (Ghobakhloo & Ching, 2019). Manajer yang melek terhadap digital memiliki keterampilan yang memungkinkan mereka untuk memanfaatkan TIK secara kritis dan kreatif. Menurut penelitian, keterampilan digital pada tingkat individu di UKM mencakup sikap, keterampilan, dan pengetahuan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi dan mengatasi masalah dengan cara yang paling efektif (Scuotto *et al.*, 2021; Sousa & Rocha, 2019)

2.2. Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) dianggap sebagai salah satu model penerimaan teknologi yang paling berpengaruh, model ini dikembangkan oleh Davis (1985) yang bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang faktor-faktor penentuan penerimaan komputer secara umum. TAM diciptakan berdasarkan model *Theory of Reasoned Action* (TRA) dalam penelitian psikologi (Fishbien & Ajzen, 1975). Model ini terdiri dari dua faktor utama yang memengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi baru, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*). Davis (1985) mendefinisikan istilah *Perceived Ease of Use* adalah persepsi mengenai penggunaan sebuah sistem maupun teknologi dapat memudahkan aktivitasnya dan *Perceived Usefulness* merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Keduanya dianggap sebagai faktor berbeda yang memengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi, meskipun persepsi kemudahan penggunaan juga memengaruhi persepsi kegunaan dan sikap terhadap penggunaan teknologi.

Tujuan utama TAM adalah memberikan dasar untuk meninjau dampak faktor eksternal terhadap keyakinan, sikap, dan niat internal. Untuk mencapai tujuan ini, TAM dirumuskan untuk mengidentifikasi beberapa variabel yang disarankan oleh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan

faktor penentu kognitif dan faktor afektif penerimaan komputer (Davis, *et al.*, 1989)



Gambar 2. 1 *Technology Acceptance Model*

Sumber: Davis (1989)

Perceived usefulness dan *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Use* (ATU) seseorang dalam memanfaatkan inovasi. Oleh karena itu, instrumen yang mengkonstruksi *Perceived Ease Of Use* berpengaruh terhadap perluasan *perceived usefulness*. *Attitude Toward Use* dalam konstruk ini merupakan suatu konsep sikap penerimaan dan penolakan sebagai akibat jika seseorang menggunakan suatu teknologi dalam melakukan aktivitasnya. *Behavioral Intention to Use* (BI) merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan teknologi tertentu. Intensitas penggunaan suatu teknologi dapat dilihat dari sikap pengguna terhadap teknologi tersebut, baik keinginan untuk mempertahankan penggunaan maupun motivasi untuk mempromosikan kepada orang lain. Penggunaan sistem aktual (*Actual System Use*) adalah keadaan nyata penggunaan sistem yang dikonsept dengan mengukur durasi dan frekuensi penggunaan teknologi.

Berdasarkan gambar 2.1, TAM memiliki 5 konstruk, penjelasan lebih lanjut terhadap masing-masing konstruk adalah sebagai berikut:

1. Konstruk pertama adalah *perceived usefulness* yang disebut kegunaan yang dirasakan yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Hal ini sesuai dengan definisi kata berguna yaitu dapat dimanfaatkan secara bermanfaat. Dalam konteks organisasi, orang umumnya diperkuat untuk kinerja yang baik dengan kenaikan gaji, promosi, bonus, dan penghargaan (Davis, 1989). Suatu sistem yang memiliki persepsi kegunaan yang tinggi, pada akhirnya adalah sistem yang diyakini oleh pengguna akan adanya hubungan antara penggunaan dan kinerja yang positif.
2. Konstruk kedua adalah, *perceived ease of use* yang disebut persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Hal ini sesuai dengan definisi kemudahan yaitu kebebasan dari kesulitan atau usaha yang besar. Upaya adalah sumber daya terbatas yang dapat dialokasikan seseorang untuk berbagai aktivitas yang menjadi tanggung jawabnya (Davis, 1989). Semua hal dianggap sama, menurut Davis (1989) mengklaim bahwa suatu aplikasi dianggap lebih mudah digunakan dibandingkan aplikasi lain, kemungkinan besar akan diterima oleh pengguna.

3. Konstruk ketiga adalah *attitude toward using* yang disebut sikap mengacu pada suatu konstruksi psikologis yang dapat mengarah pada perilaku individu. Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) sikap didefinisikan sebagai tingkat pengaruh evaluatif individu terhadap perilaku sasaran. Sikap terdiri dari tiga unsur berbeda yaitu unsur afektif, kognitif, dan perilaku (Breckler 1984; Eagly dan Chaiken 1993; Fishbein dan Ajzen 1975 dalam Stevvingsson, 2022). Menurut Stevvingsson (2022) komponen kognitif berkaitan dengan peran kognisi dalam sikap seseorang terhadap suatu objek psikologis, seperti keyakinan dan pemikiran terhadap teknologi. Sedangkan, komponen afektif terdiri dari emosi positif atau negatif seseorang terhadap teknologi.
4. Konstruk keempat adalah *behavioral intention to use* (BI) yang berarti motivasi pengguna untuk memulai, melanjutkan, dan menyelesaikan suatu tindakan (Fishbein dan Ajzen, 1975). Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) perilaku secara umum dapat digambarkan sebagai sesuatu yang tidak dapat diprediksi dan sebagai pemberontakan atau penyesuaian diri terhadap penerimaan sosial, misalnya, budaya sikap, emosi, nilai-nilai, etika, otoritas, hubungan baik, persuasi, dan paksaan dapat memengaruhi perilaku manusia. Sedangkan niat adalah tindakan seseorang yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu tertentu, itulah hubungan antara seseorang dengan tindakannya.

5. Konstruk kelima adalah *actual technology use* yang disebut penggunaan teknologi sesungguhnya. Dalam TAM merujuk pada frekuensi dan intensitas penggunaan suatu teknologi oleh pengguna setelah teknologi tersebut diadopsi. Ini mencerminkan seberapa sering dan dalam kondisi apa pengguna menggunakan teknologi tersebut dalam aktivitas sehari-hari mereka.

2.3. SiBakul Jogja

Strategi DISKOP UKM DIY dalam mewujudkan tugasnya membantu Gubernur melaksanakan urusan pemerintah bidang koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah yaitu mendukung berkembangnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di DIY. SiBakul Jogja merupakan akronim dari Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan Pelaku Usaha di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil Pembangunan sistem data mulai diluncurkan pada 11 November 2019. Untuk memfasilitasi transformasi digital kegiatan pembinaan koperasi dan UKM di wilayah DIY, platform SiBakul Jogja menyediakan berbagai fitur dan layanan sebagai berikut:

1. Registrasi dan Profil Usaha

Platform dapat menyediakan fitur pendaftaran yang mudah dan intuitif bagi koperasi maupun UKM di DIY. Setelah mendaftar, mereka dapat membuat profil usaha yang berisi informasi seperti deskripsi usaha, produk, atau layanan yang ditawarkan, alamat, kontak, dan informasi relevan lainnya.

2. *E-commerce* dan Pemasaran Online

SiBakul Jogja dapat berfungsi sebagai wadah bagi koperasi dan UKM untuk menjual produk mereka secara online. *Platform* ini dapat menyediakan kemampuan untuk mengunggah foto produk, deskripsi, harga, dan stok yang tersedia.

3. Pembayaran dan Pengiriman

Platform ini dapat menyediakan sistem pembayaran online yang aman dan terintegrasi dengan berbagai metode pembayaran yang umum digunakan di wilayah DIY, seperti transfer bank, dompet digital, atau kartu kredit. Selain itu, fitur pengiriman atau logistik terintegrasi juga dapat ditawarkan untuk membantu pengusaha mengatur pengiriman produk dengan mudah dan efisien,

4. Pelatihan dan Pendampingan Digital

SiBakul Jogja juga menyediakan akses ke sumber daya pendidikan dan pelatihan digital bagi koperasi dan UKM di DIY. Hal tersebut bisa berupa tutorial *online*, webinar, konten pendidikan terkait manajemen usaha, strategi pemasaran digital, keuangan, dan teknologi informasi, *Platform* juga dapat menawarkan layanan konsultasi atau pendampingan digital bagi pengusaha yang membutuhkan bantuan dalam mengembangkan kehadiran online mereka.

5. Layanan Foto Produk

Fitur ini dirancang untuk membantu UMKM meningkatkan kualitas visual produk mereka untuk pemasaran online. Manfaat dari adanya

layanan ini yaitu untuk meningkatkan daya tarik produk dengan foto produk berkualitas tinggi, meningkatkan peluang penjualan, dan meningkatkan citra UMKM karena membuat UMKM terlihat kredibel dan terpercaya.

6. Kolaborasi dan Jaringan

SiBakul Jogja dapat menjadi tempat bagi pengusaha, koperasi, dan UKM di DIY untuk terhubung dan berkolaborasi satu sama lain. Fitur komunitas dan forum diskusi dalam platform ini bertujuan agar pengusaha dapat berbagi pengalaman, saling mendukung, dan membangun jaringan bisnis yang lebih luas.

7. Analitik dan Pelaporan

Platform ini dapat menyediakan data analitik yang membantu pengusaha memahami kinerja bisnis mereka, tren penjualan, dan perilaku pelanggan. Laporan ini dapat memberikan wawasan berharga untuk membuat Keputusan bisnis yang lebih baik dan mengembangkan strategi yang lebih efektif.

Adopsi teknologi seperti aplikasi SiBakul Jogja membutuhkan usaha dan proses pembelajaran oleh pelaku usaha maupun konsumen. Menurut Huang *et al.*, (2021) resistensi inovasi merupakan perlawanan yang diberikan oleh konsumen terhadap suatu inovasi. Resistensi dipandang sebagai hasil dari stabilitas karena orang-orang cenderung terbiasa dengan keadaan stabil. Ketika adanya perubahan, hal itu dapat mengancam kenyamanan yang sudah mereka rasakan sebelumnya. Secara khusus,

pentingnya membahas resistensi terhadap inovasi di sektor publik menjadi krusial karena jika tingkat resistensi terlalu tinggi, inovasi tidak akan berkembang. Akibatnya, tidak akan kemudahan baru bagi kehidupan manusia melalui penemuan atau perkembangan ide-ide inovatif (Madhyastha, 2022). Organisasi atau penyedia layanan yang menghadirkan solusi inovatif sangat perlu memahami resistensi inovasi, karena resistensi yang ditunjukkan oleh konsumen bisa menjadi faktor kunci yang memengaruhi berhasil atau gagalnya sebuah inovasi (Heidenreich & Kraemer, 2016).

Resistensi dapat timbul karena berbagai alasan, seperti kurangnya pengetahuan teknologi, ketidaknyamanan terhadap perubahan, atau persepsi bahwa perubahan tersebut dapat mengancam posisi atau kualitas pekerjaan mereka (Telaumbanua, *et al.*, 2024). Konsumen menghadapi berbagai hambatan yang menyebabkan mereka enggan mengadopsi inovasi. Hambatan tersebut dibagi menjadi dua kategori, pertama yaitu *functional barriers* (hambatan fungsional) dan *psychological barriers* (hambatan psikologis) (Kaur *et al.*, 2020). Hambatan fungsional lebih mungkin muncul jika konsumen merasakan perubahan yang signifikan dari penerapan inovasi. Hambatan tersebut berkaitan dengan tiga faktor yaitu *usage barrier*, *value barrier*, dan *risk barrier* (Softina, *et al.*, 2022). *Usage barrier* dapat membuat konsumen menolak inovasi baru karena dianggap sulit dipahami. Oleh karena itu, untuk bisa diterima dengan mudah oleh konsumen, sebuah inovasi harus memberikan nilai lebih dalam hal kemudahan penggunaan.

(Softina *et al.*, 2008). *Value barrier* merujuk pada resistensi yang muncul akibat ketidakcocokan dengan nilai sistem yang ada, terutama terkait manfaat yang ditawarkan (Kaur, *et al.*, 2020). Inovasi yang didasarkan pada nilai, jika inovasi menawarkan kinerja yang lebih baik dan banyak manfaat dibandingkan sistem sebelumnya, maka ada dorongan bagi konsumen untuk beralih dan mengadopsinya. *Risk barrier* dianggap sebagai faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam mengadopsi inovasi.. Hambatan risiko adalah persepsi konsumen tentang konsekuensi atau dampak negatif dari suatu inovasi. Risiko tersebut dapat berupa risiko fisik, yang bisa menyebabkan kerugian fisik; risiko fungsional yaitu inovasi tidak berfungsi dengan baik; dan risiko sosial yakni kekhawatiran akan pandangan negatif dari orang lain (Softina, *et al.*, 2022).

Kategori kedua yaitu *psychological barriers* (hambatan psikologis) timbul dari konflik dengan kepercayaan konsumen terhadap suatu inovasi. Hambatan ini terdiri dari dua faktor yaitu *tradition barrier* dan *image barrier*. *Tradition barrier* merujuk pada hambatan yang muncul ketika inovasi membawa perubahan pada rutinitas, budaya, dan perilaku pengguna (Kaur *et al.*, 2020). Resistensi dapat terjadi jika inovasi mengharuskan konsumen untuk meninggalkan tradisi yang sudah ada. Hal ini berkaitan dengan perubahan rutinitas atau kebiasaan konsumen. Jika rutinitas atau kebiasaan tersebut dianggap penting bagi konsumen, maka resistensi terhadap inovasi akan meningkat (Softina, *et al.*, 2022). Sedangkan *image barrier* merujuk pada kesan negatif yang timbul terhadap suatu inovasi

karena tingkat kompleksitas yang dirasakan terkait asal atau penggunaannya (Kaur *et al.*, 2020). *Image barrier* merupakan masalah persepsi yang muncul dari stereotip atau pemikiran negatif individu terhadap inovasi teknologi tertentu. Setiap inovasi memiliki identitas yang terakit dengan asal usulnya, seperti kategori produk atau merek mana yang mereka representasikan. Karena itu, *image barrier* dapat dianggap sebagai gambaran inovasi tersebut.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan / Metode Penelitian

Tujuan dari tugas akhir magang adalah untuk penerimaan pelaku usaha terhadap SiBakul Jogja. Dengan menggunakan model penerimaan teknologi atau biasa disebut TAM, tugas akhir ini kemudian dapat digunakan untuk membuat rencana bagi meningkatkan penggunaan teknologi digital, khususnya SiBakul Jogja oleh UMKM di Yogyakarta. Menggunakan metode kuantitatif sederhana yang berupa pengolahan data numerik sebagai penyajian data dan dasar analisis hasil pengolahan data. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner tertutup terhadap pelaku UMKM yang sudah terdaftar dalam akun SiBakul Jogja. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan penelitian yang harus dijawab oleh responden dan setelah jawaban responden sudah terkumpul, jawaban tersebut akan dianalisis. Metode kuesioner didasarkan pada pendekatan TAM yaitu penerimaan teknologi oleh penggunanya atas teknologi digital. Dalam hal ini, kuesioner akan diisi oleh pengguna dari SiBakul Jogja yaitu pelaku UKM yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Oleh karena itu, kuesioner diberikan kepada pelaku usaha untuk mengukur efektivitas aplikasi SiBakul Jogja.

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner secara tertutup untuk mempermudah responden dalam menentukan pilihan jawaban pertanyaan. Kuesioner tertutup adalah daftar pertanyaan sudah

disediakan oleh peneliti sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan yang sudah ditentukan dan sudah dilengkapi dengan pilihan jawabannya sekaligus.

Penggunaan metode kuantitatif disebabkan oleh unsur-unsur yang diteliti dapat digambarkan secara jelas, rinci, dan terbukti konkrit. Sedangkan metode kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden untuk diambil hasilnya untuk keperluan data penelitian dari jawaban responden tersebut.

3.2. Tempat dan Waktu Magang

3.2.1. Tempat Magang

Sebagai mahasiswa yang memilih tugas akhir magang, dituntut untuk melakukan kegiatan magang pada perusahaan dalam memenuhi syarat standar kelulusan. Penentuan lokasi magang dilakukan oleh penulis dengan mendaftarkan diri di beberapa mitra yang ada program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Batch 4 Kampus Merdeka yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud). Dalam hal ini, penulis dinyatakan lolos pada salah satu mitra yaitu Dinas Koperasi dan UKM DIY.

3.2.2. Waktu Magang

Pelaksanaan program magang dilakukan oleh penulis berlangsung selama kurang lebih 5 bulan, terhitung sejak 16 Februari hingga 30 Juni 2023. Program magang ini memiliki waktu kerja sebagai berikut

Tabel 3. 1 Jadwal Kerja Hari Biasa

Hari Kerja	Jam Kerja (Luring)	Jam Istirahat
Senin – Kamis	07.30 – 16.00 WIB	12.00 – 13.00 WIB
Jumat	07.30 – 15.30 WIB	12.00 – 13.00 WIB

Tabel 3. 2 Jadwal Kerja Hari Ramadan

Hari Kerja	Jam Kerja (Luring)	Jam Istirahat
Senin – Kamis	07.30 – 15.15 WIB	12.00 – 13.00 WIB
Jumat	07.30 – 11.30 WIB	

3.3. Unit Analisis

Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelaku UKM yang tersebar di DIY dan sudah terdaftar pada aplikasi SiBakul Jogja. Sedangkan objek yang dikaji yaitu penerimaan pelaku UMKM terhadap teknologi digital untuk kegiatan bisnisnya. Selain itu, dari hasil tugas akhir magang ini juga dapat digunakan oleh instansi untuk menentukan langkah

– langkah kebijakan dalam mendukung pelayanannya terhadap pelaku UKM di Yogyakarta. Teknik analisis data pada tugas akhir magang ini menggunakan analisis deskriptif statistika. Analisis deskriptif adalah proses statistik yang digunakan untuk menggambarkan dan meringkas karakteristik dasar dari data yang dikumpulkan dalam suatu penelitian. Analisis ini mencakup berbagai teknik untuk menyajikan data menggunakan ukuran statistik seperti mean, median, dan simpangan baku. Menurut Moore *et al.*, (2017) menjelaskan fungsi dan tujuan dari analisis deskriptif yaitu untuk mengidentifikasi pola dan tren dasar dalam data, menyediakan gambaran umum tentang data yang dapat digunakan sebagai dasar untuk analisis statistik lebih lanjut, dan membuat data yang kompleks lebih mudah dipahami melalui ringkasan statistik dan visualisasi. Berikut beberapa teknik yang diterapkan dalam analisis deskriptif meliputi:

1. Ukuran Pemusatan: Ini mencakup mean (rata-rata), median (nilai tengah), dan modus (nilai yang paling sering muncul) yang digunakan untuk menentukan pusat data.
2. Grafik dan Visualisasi: Penggunaan berbagai bentuk grafik seperti tabel dan *pie chart* untuk memvisualisasikan data dan membuatnya lebih mudah untuk dipahami.

3.4. Pengumpulan Data

Data primer digunakan dalam pengolahan data pada penelitian ini. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan. Dalam penelitian ini data primer berupa:

1. Informasi mengenai demografi responden yaitu pelaku usaha kecil dan menengah.
2. Penilaian responden terhadap pernyataan berdasarkan teori TAM, pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner tertutup yang disebarkan kepada pelaku Usaha Kecil dan Menengah di Yogyakarta secara *online* melalui *google form*.

3.4.1. Kuesioner

Pembuatan butir pertanyaan dalam kuesioner dilandasi oleh pembentuk TAM yang terdiri dari 5 konstruk yang kemudian di turunkan ke dalam indikator penelitian kuesioner sebagai berikut :

1. *Perceived usefulness* atau persepsi kegunaan

Terdapat 4 indikator yaitu UKM kami merasa aplikasi SiBakul akan memungkinkan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat, UKM kami merasa menginstal dan menggunakan aplikasi SiBakul membuat pekerjaan lebih mudah dilakukan, UKM kami merasa menggunakan aplikasi SiBakul berguna untuk melakukan berbagai pekerjaan, serta UKM kami merasa menggunakan aplikasi SiBakul akan meningkatkan produktivitas

2. *Perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan

Terdapat 4 indikator penilaian dalam konstruk ini, yaitu UKM kami merasa SiBakul mudah untuk digunakan, UKM kami merasa aplikasi SiBakul mudah dipelajari untuk digunakan, UKM kami merasa aplikasi SiBakul mudah untuk digunakan di smartphone atau device lainnya, dan UKM kami merasa aplikasi SiBakul mudah dan fleksibel untuk digunakan kapan dan di mana saja.

3. *Attitude toward using technology* atau sikap terhadap penggunaan teknologi

Terdapat 5 indikator penilaian dalam konstruk ini, yaitu UKM kami suka bekerja menggunakan teknologi digital, UKM kami dapat bekerja lebih baik menggunakan teknologi digital, UKM kami dapat membuat pekerjaan lebih menarik menggunakan teknologi digital, UKM kami lebih termotivasi bekerja menggunakan teknologi, dan UKM kami dapat bekerja lebih mandiri menggunakan teknologi digital

4. *Behavioral intention to use* atau niat penggunaan teknologi

Terdapat 5 indikator penilaian dalam konstruk ini, yaitu UKM kami dapat mencapai tujuan yang sudah ditetapkan menggunakan teknologi digital, UKM kami dapat menyelesaikan tugas yang sulit menggunakan teknologi digital, UKM kami dapat menemukan jawaban dengan cepat menggunakan teknologi digital, UKM kami dapat menyelesaikan banyak tantangan

menggunakan teknologi digital, dan UKM kami dapat bekerja dengan baik ketika menghadapi hal yang berat menggunakan teknologi digital.

5. *Actual technology use* atau penggunaan teknologi sesungguhnya. Terdapat 2 indikator pengukuran penggunaan teknologi yaitu seberapa sering menggunakan teknologi digital yaitu perangkat keras (*hardware*) dalam kegiatan usaha dan seberapa mahir kemampuan dalam menggunakan teknologi digital yaitu perangkat lunak (*software*) dalam kegiatan usahanya.

3.4.2. Populasi

Populasi adalah keseluruhan individu, objek, atau peristiwa yang menjadi fokus penelitian atau kajian, mencakup semua elemen yang relevan terhadap pertanyaan penelitian yang sedang dibahas. Dalam bidang statistika, populasi merujuk pada semua individu, objek, atau peristiwa yang karakteristiknya ingin diketahui atau dipelajari. Dalam laporan magang ini, populasi yang dibatasi adalah pelaku Usaha Kecil dan Menengah yang berada di wilayah DIY yang belum menggunakan aplikasi SiBakul Jogja dan teknologi digital lainnya.

3.4.3. Sampel

Sampel merupakan bagian kecil atau subset yang dipilih secara acak dari populasi yang lebih besar. Penggunaan sampel

bertujuan untuk mengumpulkan data yang mewakili populasi secara keseluruhan dengan maksud membuat inferensi atau kesimpulan tentang kesimpulan tersebut. Pentingnya pemilihan sampel yang baik adalah agar dilakukan secara acak dan representatif. Pemilihan secara acak berarti setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi bagian dari sampel. Sementara itu, representatif berarti sampel tersebut mencerminkan karakteristik yang ada di dalam populasi secara proporsional, parameter sampel untuk pengumpulan data ini terdiri dari:

1. Pelaku Usaha Kecil dan Menengah yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Pelaku Usaha Kecil dan Menengah yang memiliki dan mahir menggunakan smartphone
3. Memiliki posisi atau jabatan sebagai pemilik, manajer atau direktur UKM, pemilik sekaligus merangkap sebagai manajer atau direktur, dan pegawai.
4. Pelaku Usaha Kecil dan Menengah yang sudah terdaftar di aplikasi SiBakul Jogja

3.5. Langkah – Langkah Pengolahan Data

Data diolah melalui perhitungan statistik deskriptif yang dapat berfungsi sebagai landasan penyajian data agar lebih terbaca dan mudah dipahami. Pengujian statistik sederhana melibatkan total nilai jawaban yang kemudian dibagi dengan jumlah responden yang ada, sehingga presentase

jawaban dapat diketahui. Total presentase ini dapat dijadikan sebagai bahan analisis dalam tugas akhir magang ini.

3.6. Analisis Hasil

Hasil perhitungan jawaban akan disajikan dalam bentuk diagram dan tabel untuk mempermudah dalam memahami dan membaca. Dari hasil perhitungan ini diharapkan dapat dilakukan analisis terhadap lima aspek TAM yaitu tingkat kegunaan, kemudahan penggunaan, sikap dari pengguna, serta penggunaan yang sebenarnya dari teknologi digital. Dari analisis tersebut, kemudian dapat diidentifikasi area yang masih memerlukan evaluasi dan perhatian khusus, serta langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan penggunaan aplikasi SiBakul Jogja dan teknologi digital.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab analisis data dan pembahasan akan dijelaskan secara rinci hasil penilaian pelaku UKM mengenai penerimaan penggunaan aplikasi SiBakul Jogja. Dari hasil tersebut, Dinas Koperasi dan UKM DIY dapat menggunakan panduan ini untuk memahami kendala yang muncul dalam penerapan aplikasi SiBakul Jogja pada pelaku UKM. Data diolah dengan merangkum hasil penilaian dari kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan statistika deskriptif. Jumlah responden kuesioner sebanyak 69 responden. Penggunaan data dari responden tersebut memiliki kriteria bahwa pelaku UKM sudah pernah menggunakan aplikasi SiBakul Jogja, sehingga penilaian mereka terhadap aplikasi tersebut bisa dilakukan secara objektif.

Selanjutnya, dilakukan analisis statistika deskriptif pada data kuesioner responden untuk mengevaluasi penggunaan aplikasi SiBakul Jogja. Pengolahan data statistik deskriptif meliputi perhitungan rata-rata penilaian dari pengguna aplikasi. Rata-rata penilaian ini memberikan gambaran tentang bagaimana pelaku usaha menilai dan merespon penggunaan aplikasi tersebut. Analisis data akan dibagi menjadi dua bagian utama. Pertama, akan dilakukan analisis data demografi untuk memahami profil responden, termasuk informasi mengenai jenis kelamin, usia, posisi di UKM saat ini, pendidikan, bidang atau sektor UKM, jumlah tenaga, dan

sebagainya. Informasi demografi ini membantu dalam memahami karakteristik kelompok pengguna aplikasi.

Kemudian, akan dilakukan analisis pada parameter penilaian responden mengenai aplikasi SiBakul Jogja yang sesuai dengan konstruk pembentuk TAM (*Technology Acceptance Model*). Model ini mencakup faktor-faktor seperti persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan, yang berkontribusi pada penerimaan teknologi.

4.1. Analisis Statistika Deskriptif Data Demografi Responden

Analisis demografi mencakup data pribadi responden dan informasi mengenai UKM. Data yang dikumpulkan meliputi jenis kelamin, usia, posisi/jabatan di UKM, pendidikan terakhir, bidang/sektor UKM, jumlah tenaga kerja, omset penjualan per tahun, dan usia UKM sejak berdiri yang akan dijelaskan sebagai berikut:

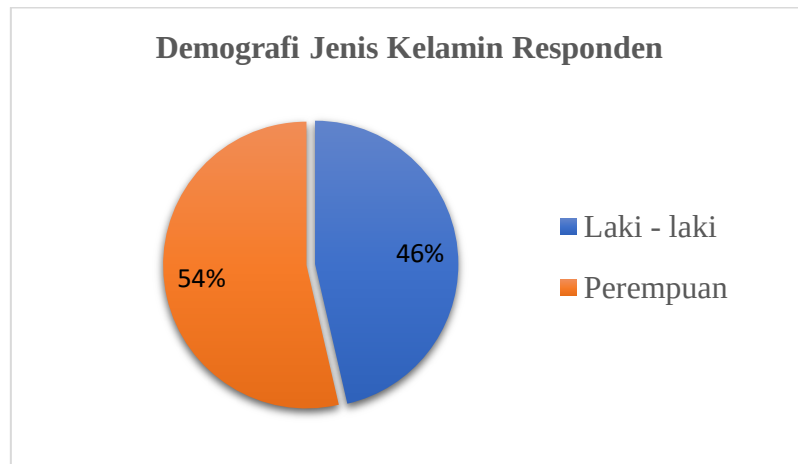
A. Data Jenis Kelamin Responden

Setelah menyebarkan kuesioner kepada para responden, diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Data Demografi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase
Laki – laki	32	46 %
Perempuan	37	54 %
Jumlah	69	100 %

Sumber: Data Primer



Gambar 4. 1 Diagram Demografi Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan table 4.1 dan diagram 4.1 menunjukkan bahwa dari 69 orang responden sebanyak 32 responden berjenis kelamin laki-laki presentase sebesar 46 %. Sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 37 orang dan presentase sebesar 54 %. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

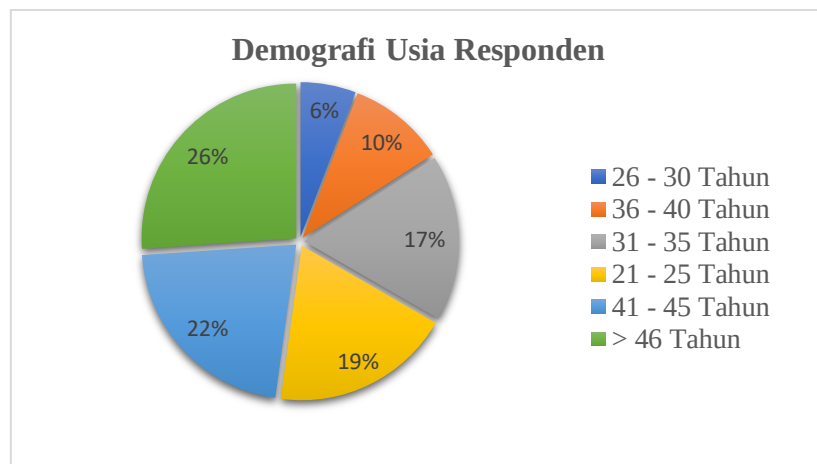
B. Data Usia Responden

Setelah menyebarkan kuesioner kepada para responden, diperoleh data karakteristik responden berdasarkan usia responden sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Data Demografi Usia Responden

Usia Responden	Jumlah (Orang)	Presentase
26 - 30 Tahun	4	6 %
36 - 40 Tahun	7	10 %
31 - 35 Tahun	12	17 %
21 - 25 Tahun	13	19 %
41 - 45 Tahun	15	22 %
> 46 Tahun	18	26 %
Jumlah	69	100 %

Sumber: Data Primer



Gambar 4. 2 Diagram Demografi Usia Responden

Berdasarkan table 4.2 dan gambar 4.2 menunjukkan bahwa dari 69 orang responden sebanyak 4 orang berusia 26 – 30 tahun dengan presentase sebesar 6 %, sebanyak 7 orang berusia 36 – 40

tahun dengan presentase sebesar 10 %, sebanyak 12 orang berusia 31 – 35 tahun dengan sebesar 17 %, sebanyak 13 orang berusia 21 – 25 tahun dengan presentase sebesar 19 %, sebanyak 15 orang berusia 41 – 45 tahun dengan presentase 22 %, dan sebanyak 18 orang berusia >46 tahun dengan presentase sebesar 26 %.

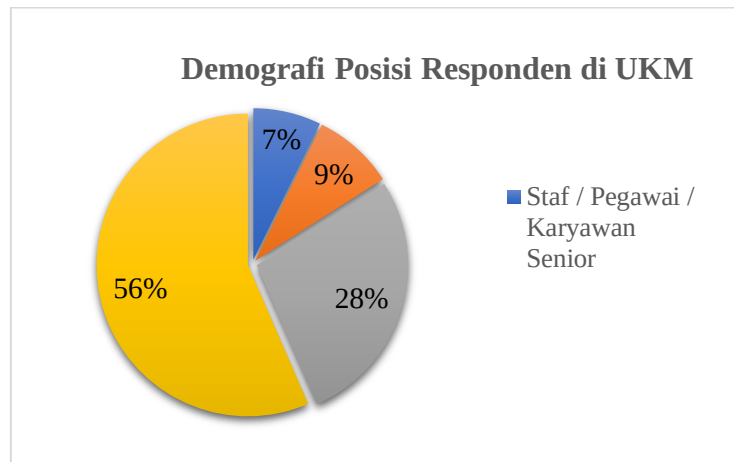
C. Data Posisi Responden di UKM

Setelah menyebarkan kuesioner kepada para responden, diperoleh data karakteristik responden berdasarkan posisi responden di UKM sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Data Demografi Posisi Responden

Posisi di UKM saat ini	Jumlah (Orang)	Persentase
Staf/ Pegawai / Karyawan Senior	5	7 %
Manajer / Direktur UKM	6	9 %
Pemilik sekaligus merangkap sebagai Manajer/Direktur	19	28 %
Pemilik	39	56 %
Jumlah	69	100 %

Sumber: Data Primer



Gambar 4. 3 Diagram Demografi Posisi Responden

Berdasarkan tabel 4.3 dan gambar diagram 4.3 menunjukkan bahwa 69 orang responden sebanyak 5 orang memiliki posisi sebagai karyawan dengan presentase sebesar 7 %, sebanyak 6 orang memiliki posisi 9 %, sebanyak 19 orang memiliki posisi sebagai pemilik sekaligus merangkap sebagai manajer/ direktur dengan presentase sebanyak 28%, dan sebanyak 39 orang memiliki posisi sebagai pemilik dengan presentase sebesar 56 %.

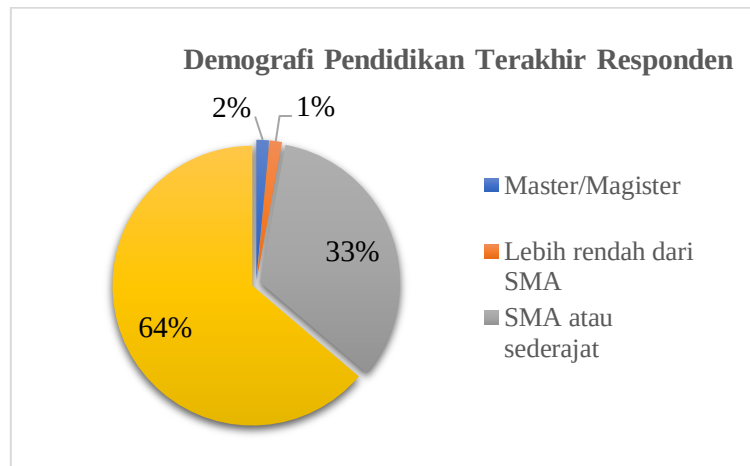
D. Data Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 4. 4 Data Demografi Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan terakhir	Jumlah (Orang)	Presentase
Master/Magister	1	2%
Lebih rendah dari SMA	1	1%
SMA atau sederajat	23	33%

Sarjana	44	64%
Jumlah	69	100 %

Sumber: Data Primer



Gambar 4. 4 Diagram Demografi Pendidikan Terakhir Responden

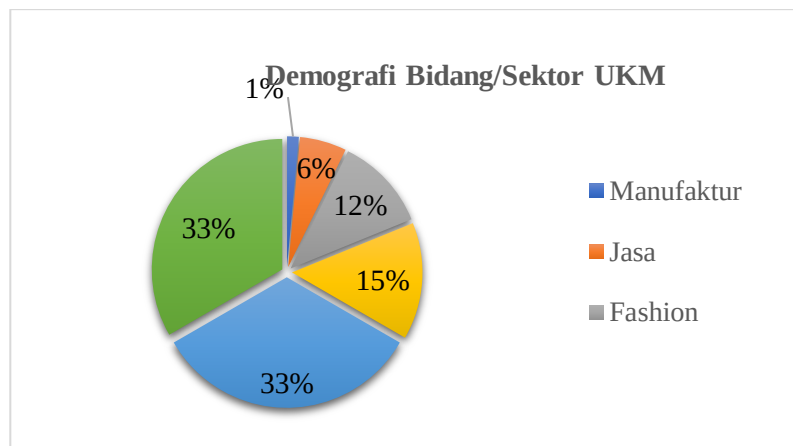
Berdasarkan tabel 4.4 dan gambar diagram 4.4 menunjukkan bahwa dari 69 orang responden sebanyak 1 orang memiliki status pendidikan terakhir S2 dengan presentase sebesar 2 %, sebanyak 1 orang memiliki status pendidikan terakhir lebih rendah dari SMA dengan presentase sebesar 1 %, sebanyak 23 orang memiliki status pendidikan terakhir SMA atau sederajat dengan presentase sebesar 33 %, dan sebanyak 44 orang memiliki status pendidikan terakhir S1 dengan presentase sebesar 64 %.

E. Data Bidang atau Sektor UKM

Tabel 4. 5 Data Demografi Bidang atau Sektor UKM

Bidang/Sektor UKM	Jumlah (Orang)	Presentase
Manufaktur	1	1%
Jasa	4	6%
Fashion	8	12%
Kerajinan (Craft)	23	33%
Kuliner	23	33%
Lainnya	10	15%
Jumlah	69	100%

Sumber: Data Primer



Gambar 4. 5 Diagram Demografi Bidang/ Sektor UKM

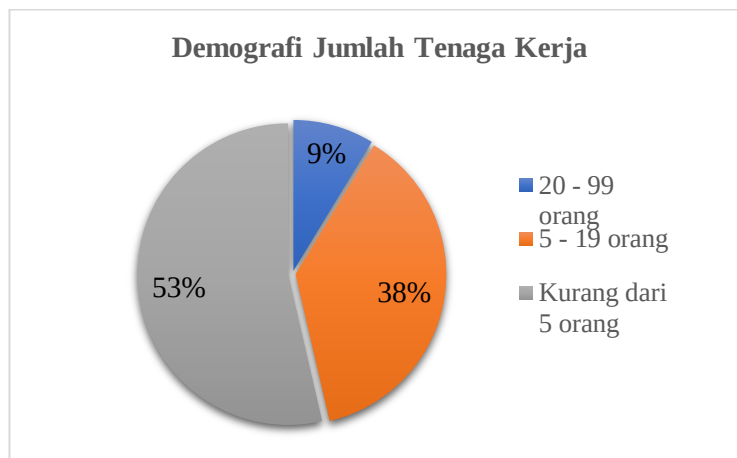
Berdasarkan tabel 4.5 dan gambar diagram 4.5 menunjukkan bahwa dari 69 orang responden sebanyak 1 orang memilih bidang manufaktur dengan presentase sebesar 1 %, sebanyak 4 orang memilih bidang jasa dengan presentas sebesar 6 %, sebanyak 8 orang memilih bidang *fashion* dengan presentase sebesar 12 %, sebanyak 23 orang memilih bidang kerajinan dengan presentase 33 %, sebanyak 23 orang memilih bidang kuliner dengan presentase 33 %, dan sebanyak 10 orang memilih bidang lainnya selain yang disebutkan di atas yaitu dengan presentase sebesar 15 %.

F. Data Jumlah Tenaga Kerja

Tabel 4. 6 Data Demografi Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah (Orang)	Presentase
20 - 99 orang	6	9%
5 - 19 orang	26	38%
Kurang dari 5 orang	37	53%
Jumlah	69	100%

Sumber: Data Primer



Gambar 4. 6 Diagram Demografi Jumlah Tenaga Kerja

Berdasarkan tabel 4.6 dan gambar diagram 4.6 menunjukkan bahwa 69 orang responden sebanyak 6 orang memiliki tenaga kerja sejumlah 20 – 99 orang pada usahanya dengan presentase sebesar 9 %, sebanyak 26 orang memiliki tenaga kerja sejumlah 5 – 19 orang dengan presentase sebesar 38 %, dan sebanyak 37 orang memiliki jumlah tenaga kerja kurang dari 5 orang dengan presentase sebesar 53 %.

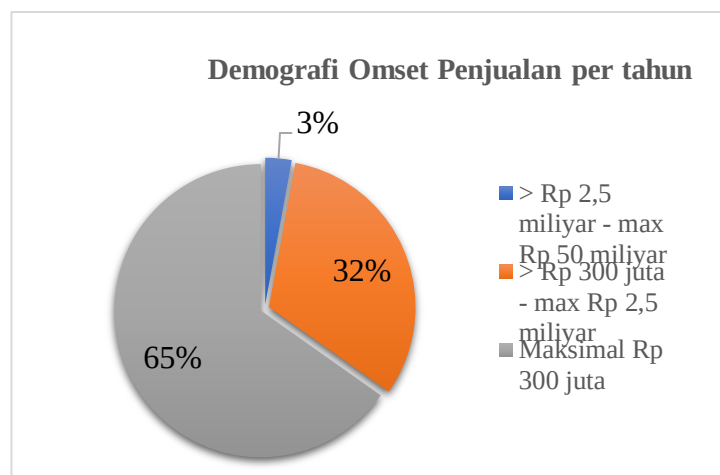
G. Data Omset Penjualan UKM

Tabel 4. 7 Data Demografi Omset Penjualan UKM

Omset penjualan per tahun	Jumlah (Orang)	Presentase
> Rp 2,5 miliar - max Rp 50 miliar	2	3 %

> Rp 300 juta - max Rp 2,5 miliar	22	32 %
Maksimal Rp 300 juta	45	65 %
Jumlah	69	100 %

Sumber: Data Primer



Gambar 4. 7 Diagram Demografi Omset Penjualan

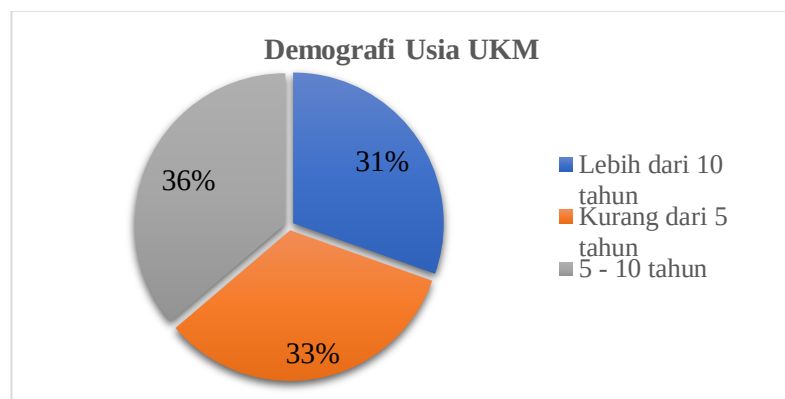
Berdasarkan tabel 4.7 dan gambar diagram 4.7 menunjukkan bahwa 69 orang responden sebanyak 2 orang memiliki omset penjualan per tahun sejumlah >Rp 2,5 miliar – max Rp 50 miliar dengan presentase sebesar 3 %, sebanyak 22 orang memiliki omset penjualan per tahun sejumlah >Rp 300 juta – max 2,5 miliar dengan presentase sebesar 32 %, sebanyak 45 orang memiliki omset penjualan per tahun sejumlah maksimal Rp 300 juta dengan presentase sebesar 65 %.

H. Data Usia Usaha

Tabel 4. 8 Data Demografi Usia Responden

Usia UKM	Jumlah (Orang)	Presentase
Lebih dari 10 tahun	21	31%
Kurang dari 5 tahun	23	33%
5 - 10 tahun	25	36%
Jumlah	69	100%

Sumber: Data Primer



Gambar 4. 8 Diagram Demografi Usia Usaha

Berdasarkan tabel 4.8 dan gambar diagram 4.8 menunjukkan bahwa 69 orang responden sebanyak 21 orang memiliki usia usaha lebih dari 10 tahun dengan presentase sebesar 31 %, sebanyak 23 orang memiliki usia usaha kurang dari 5 tahun dengan presentase sebesar 33 %, dan sebanyak 25 orang memiliki usia usaha 5 – 10 tahun dengan presentase sebesar 36 %.

4.2. Analisis Deskriptif Penilaian Variabel TAM

Sebelum melakukan penilaian pada setiap analisis, maka dibuat standar penilaian yang menggambarkan keadaan sebenarnya. Standar penilaian akan dibagi menjadi 6 kategori yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, cukup setuju, setuju, sangat setuju. Adapun perhitungan panjang kelas nilai adalah sebagai berikut:

$$\text{Panjang Kelas Nilai} = \frac{\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$\text{Panjang Kelas Nilai} = \frac{6-1}{6}$$

$$\text{Panjang Kelas Nilai} = 0,83$$

Tabel 4. 9 Rentang Standar Nilai

No.	Panjang Skor	Kategori
1.	1,00 – 1,83	Sangat Tidak Setuju
2.	1,84 – 2,67	Tidak Setuju
3.	2,68 – 3,51	Kurang Setuju
4.	3,52 - 4,35	Cukup Setuju
5.	4,36 - 5,18	Setuju
6.	5,19 – 6,00	Sangat Setuju

Analisis penilaian variabel TAM mencakup data tanggapan responden terkait penggunaan aplikasi digital. Data yang dikumpulkan

meliputi variabel konstruk TAM seperti, pandangan terhadap kegunaan, kemudahan penggunaan, kebiasaan pengguna dalam menggunakan aplikasi, dan aspek lainnya. Rata-rata nilai akan dibandingkan dengan standar penilaian untuk menganalisis hasilnya. Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil perhitungan rata-rata nilai kuesioner dan standar nilai:

A. *Perceived Usefulness*

Berdasarkan rangkuman hasil nilai kuesioner, dilakukan perhitungan rata-rata yang akan menjadi dasar untuk analisis dalam penulisan laporan. Hasil perhitungan dan analisis terhadap konstruk mengenai sudut pandang responden mengenai kegunaan aplikasi digital dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Perceived Usefulness

No.	Pernyataan	Rata-rata	Kategori
1.	UKM kami merasa aplikasi SiBakul akan memungkinkan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat	4,93	Setuju
2.	UKM kami merasa menginstal dan menggunakan aplikasi SiBakul membuat pekerjaan lebih mudah dilakukan	4,88	Setuju

3.	UKM kami merasa menggunakan aplikasi SiBakul berguna untuk melakukan berbagai pekerjaan	4,84	Setuju
4.	UKM kami merasa menggunakan aplikasi SiBakul akan meningkatkan produktivitas	4,96	Setuju
Total		4,90	Setuju

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa rata-rata skor penilaian berada pada kategori setuju, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa aplikasi SiBakul berguna atau memiliki kegunaan khusus dalam urusan bisnis para pelaku usaha. Dari pengolahan data tersebut, dengan skor rata-rata 4,93, diketahui bahwa responden merasa aplikasi SiBakul akan memungkinkan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat. Hal ini menandakan bahwa UKM di Yogyakarta setuju bahwa aplikasi SiBakul dapat memenuhi kebutuhan ini dengan menyediakan alat yang efisien untuk memproses pekerjaan lebih cepat.

Berdasarkan pernyataan kedua dengan skor rata-rata 4,88, menunjukkan bahwa responden setuju jika aplikasi SiBakul membuat pekerjaan lebih mudah untuk dilakukan. Kemudahan dalam instalasi dan penggunaan aplikasi meminimalkan hambatan teknis dan memungkinkan pengguna untuk segera memanfaatkan fitur-fitur yang

tersedia. Pada pernyataan ketiga dengan skor rata-rata 4,84, menegaskan bahwa aplikasi berguna untuk berbagai pekerjaan. Ini menunjukkan fleksibilitas aplikasi dalam memenuhi kebutuhan operasional UKM, seperti mampu mendukung berbagai fungsi bisnis yang dapat menjadi alat berguna bagi UKM. Pernyataan terakhir memperoleh skor tertinggi yaitu 4,96 yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi SiBakul sangat meningkatkan produktivitas. Peningkatan produktivitas merupakan kunci dalam mempertahankan keberlanjutan dan pertumbuhan. Aplikasi SiBakul dengan berbagai fiturnya berhasil membantu UKM dalam mencapai tujuan ini.

Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan rata-rata skor dari semua pernyataan adalah 4,90 yang berarti berada dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sepakat bahwa aplikasi SiBakul bermanfaat bagi UKM, membantu dalam berbagai aspek operasional dan manajemen bisnis, serta memberikan dampak positif terhadap produktivitas dan kemudahan kerja.

B. *Perceived Ease Of Use*

Berdasarkan rangkuman hasil nilai kuesioner, dilakukan perhitungan rata-rata yang akan menjadi dasar untuk analisis dalam penulisan laporan. Hasil perhitungan dan analisis terhadap konstruk mengenai sudut pandang responden mengenai kemudahan aplikasi digital dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Perceived Ease Of Use

No.	Pernyataan	Rata-rata	Kategori
1.	UKM kami merasa aplikasi SiBakul mudah untuk digunakan	5,20	Sangat Setuju
2.	UKM kami merasa aplikasi SiBakul mudah untuk dipelajari	5,17	Setuju
3.	UKM kami merasa aplikasi SiBakul mudah untuk digunakan di <i>smartphone</i> atau <i>device</i> lainnya	5,04	Setuju
4.	UKM kami merasa aplikasi SiBakul mudah dan fleksibel untuk digunakan kapan saja dan di mana saja	4,90	Setuju
Total		5,08	Setuju

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 4.11 memberikan gambaran tentang bagaimana responden menilai kemudahan penggunaan aplikasi SiBakul dalam mendukung operasional mereka. Pada pernyataan pertama mendapatkan skor rata-rata tertinggi yaitu sebesar 5,20 yang berada dalam kategori sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa aplikasi SiBakul mudah untuk digunakan. Kemudahan penggunaan ini sangat penting bagi UKM yang mungkin tidak memiliki banyak waktu atau sumber daya untuk

mempelajari aplikasi yang kompleks. Skor rata-rata 5,17 pada pernyataan kedua menunjukkan bahwa UKM setuju aplikasi SiBakul mudah dipelajari. Hal ini memungkinkan UKM untuk cepat memahami dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia,

Pernyataan ketiga, dengan skor rata-rata 5,04 menunjukkan bahwa UKM setuju aplikasi SiBakul mudah digunakan di smartphone atau perangkat lainnya, pernyataan keempat memperoleh skor rata-rata 4,90 yang berada dalam kategori setuju. Ini menunjukkan bahwa UKM merasa aplikasi SiBakul mudah dan fleksibel untuk digunakan kapan saja dan di mana saja. Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, rata-rata skor dari semua pernyataan adalah 5,08 yang berada dalam kategori setuju. Penilaian positif ini menggambarkan bahwa aplikasi SiBakul mampu memenuhi kebutuhan UKM dalam hal kemudahan penggunaan.

C. Attitude Toward Using Technology

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabl 4.12. Data tersebut memberikan gambaran mengenai bagaimana UKM menilai sudut pandang sikap pengguna teknologi digital dalam kegiatan bisnisnya yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif *Attitude Toward Using Technology*

No.	Pernyataan	Rata-rata	Kategori
1.	UKM kami suka bekerja menggunakan teknologi digital	4,90	Setuju
2.	UKM kami dapat bekerja lebih baik menggunakan teknologi digital	4,86	Setuju
3.	UKM kami dapat membuat pekerjaan lebih menarik menggunakan teknologi digital	4,94	Setuju
4.	UKM kami lebih termotivasi bekerja menggunakan teknologi digital	4,87	Setuju
5.	UKM kami dapat bekerja lebih mandiri menggunakan teknologi digital	4,72	Setuju
Total		4,86	Setuju

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 4.12 dapat dilihat bahwa keseluruhan skor rata-rata pada pernyataan sikap pengguna yaitu sebesar 4,86 yang masuk dalam kategori setuju. Pada indikator ini menjelaskan mengenai sikap pengguna dalam penggunaan teknologi digital, seberapa yakin pengguna dalam menggunakan aplikasi untuk

kebutuhan bisnis responden. Skor yang didapat mengenai penilaian apakah UKM kami suka bekerja menggunakan teknologi digital mendapat skor 4,90, selanjutnya pada pernyataan kedua dengan skor 4,86 menunjukkan bahwa UKM setuju bahwa mereka dapat bekerja lebih baik dengan menggunakan teknologi digital. Pernyataan ketiga dengan skor rata-rata 4,94 menunjukkan bahwa UKM setuju teknologi digital membuat pekerjaan lebih menarik. Pernyataan keempat memperoleh skor rata-rata 4,87 yang menunjukkan bahwa UKM setuju bahwa lebih termotivasi bekerja menggunakan teknologi digital, dan yang terakhir mendapatkan skor 4,72 juga berada dalam kategori setuju, menunjukkan bahwa UKM merasa lebih mandiri bekerja menggunakan teknologi digital. Penilaian positif ini mencerminkan bahwa teknologi digital diterima dan diadopsi dengan baik oleh para pelaku usaha binaan Dinas Koperasi dan UKM DIY.

D. Behavioral Intention To Use

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabl 4.13, data tersebut memberikan gambaran mengenai bagaimana UKM menilai sudut pandang sikap pengguna teknologi digital dalam kegiatan bisnisnya yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif Behavioral Intention To Use

No.	Pernyataan	Rata-rata	Kategori
1.	UKM kami yakin dapat mencapai tujuan yang sudah ditetapkan menggunakan teknologi digital	4,64	Setuju
2.	UKM kami yakin dapat menyelesaikan pekerjaan yang sulit menggunakan teknologi digital	4,59	Setuju
3.	UKM kami dapat menemukan jawaban dengan cepat menggunakan teknologi digital	4,64	Setuju
4.	UKM kami dapat menyelesaikan banyak tantangan menggunakan teknologi digital	4,70	Setuju
5.	UKM kami dapat bekerja dengan baik ketika menghadapi hal yang berat menggunakan teknologi digital	4,67	Setuju
Total		4,65	Setuju

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa indikator minat pengguna teknologi digital mendapatkan skor rata-rata sebesar 4,65. Adapun rincian skor setiap indikator adalah sebagai berikut, yang pertama mengenai keyakinan pengguna dapat mencapai tujuan yang

sudah ditetapkan menggunakan teknologi digital mendapat skor sebesar 4,64, untuk keyakinan dapat menyelesaikan pekerjaan yang sulit menggunakan teknologi digital mendapatkan skor 4,59, penilaian tentang pernyataan UKM kami dapat menemukan jawaban dengan cepat menggunakan teknologi digital mendapatkan skor sebesar 4,64, pernyataan mengenai UKM kami dapat menyelesaikan banyak tantangan menggunakan teknologi digital mendapatkan skor sebesar 4,70, dan pernyataan terakhir mengenai UKM kami dapat menyelesaikan banyak tantangan menggunakan teknologi digital memperoleh skor sebesar 4,67.

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa teknologi digital sangat diminati oleh UKM karena dapat menyelesaikan banyak tantangan, terbukti pada skor penilaian mendapat kategori setuju pada setiap pernyataan. Hal ini seperti ketika merasa menggunakan perangkat lunak desain dan alat kolaborasi online, memungkinkan mereka dapat mengatasi berbagai tantangan dan memenuhi tenggat waktu dengan baik.

E. *Actual To Use Technology*

Berdasarkan rangkuman hasil nilai kuesioner, dilakukan perhitungan rata-rata yang akan menjadi dasar untuk analisis dalam penulisan laporan. Hasil perhitungan dan analisis terhadap konstruk

mengenai sudut pandang responden mengenai penilaian pengguna sesungguhnya dari teknologi digital dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Analisis Deskriptif Actual To Use Technology

No.	Pernyataan	Rata-rata	Kategori
1.	Smartphone	5,80	Sangat Setuju
2.	Komputer	3,33	Kurang Setuju
3.	Laptop	4,86	Setuju
4.	Tablet atau iPad	2,81	Kurang Setuju
5.	<i>Wearable device</i> (<i>smartwatch</i>)	1,78	Sangat Tidak Setuju
6.	Radio	2,13	Tidak Setuju
7.	Microsoft Office (Word, Excel, Power Point)	4,70	Sangat Setuju
8.	File sharing (Gdrive, Google Box)	4,64	Setuju
9.	Photo Editing (Photoshop, Canva)	4,72	Setuju
10.	Email service (Gmail, Outlook)	4,90	Setuju

11	Media sosial (Facebook, Instagram, Tiktok)	5,58	Sangat Setuju
12.	Sistem ERP (<i>Enterprise Resource Planning</i>)	2,99	Kurang Setuju
13.	SAP	2,41	Tidak Setuju
Total		3,90	Cukup Setuju

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil dari tabel 4.14 yang berisi rata-rata penggunaa teknologi sesungguhnya oleh responden. Tabel tersebut menunjukkan seberapa sering dan seberapa tingkat kemahiran terhadap berbagai teknologi digital baik perangkat keras maupun lunak dengan menggunakan rata-rata skor. Pertama yaitu penggunaan perangkat keras seperti, *smartphone* dengan nilai 5,80 yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju yang berarti sangat sering menggunakan perangkat ini, selanjutnya komputer mendapatkan nilai rata-rata 3,33 yang masuk ke dalam ketegori kurang setuju yang berarti responden menunjukkan bahwa computer kurang sering digunakan atau tidak menjadi perangkat utama bagi pelaku usaha.

Penggunaan laptop mendapatkan persetujuan yang cukup tinggi dengan rata-rata 4,86 yang berarti responden sering menggunakan laptop dalam kegiatan bisnisnya. Penggunaan tabel atau iPad kurang

disetujui oleh responden dengan nilai rata-rata 2,81, menunjukkan bahwa perangkat ini tidak banyak digunakan oleh pelaku usaha. *Wearable device* seperti *smartwatch* mendapatkan nilai terendah dengan rata-rata 1,78, menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat tidak setuju dan jarang menggunakan perangkat ini karena dianggap sebagai teknologi tambahan yang tidak esensial. Radio mendapatkan skor rendah yang menunjukkan bahwa pelaku usaha cenderung memilih saluran pemasaran yang lebih relevan dan populer di kalangan target *audiens*

Dalam melakukan kegiatan operasional bisnisnya, pelaku usaha juga menggunakan perangkat lunak yang meliputi, *microsoft office* (*Word, Excel, PowerPoint*) mendapatkan skor tinggi dengan rata-rata yaitu 4,70 yang masuk ke dalam kategori setuju karena responden mahir dalam menggunakan alat tersebut untuk berbagai kepentingan perusahaan. Penilaian selanjutnya yaitu mengenai *file sharing* seperti Google Drive mendapatkan nilai rata-rata 4,64 yang menunjukkan kategori setuju di kalangan responden.

Penilaian mengenai aplikasi pengeditan foto seperti *photoshop* dan *canva* banyak digunakan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas visual konten, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 4,72 yang masuk ke dalam kategori setuju. Selanjutnya penilaian mengenai layanan *email* mendapatkan skor rata-rata sebesar 4,90 yang menunjukkan bahwa pelaku usaha setuju dan mahir dalam

menggunakan aplikasi seperti *Gmail*. Penilaian mengenai media sosial mendapatkan skor rata-rata sebesar 5,58 yang berarti bahwa pelaku usaha sangat setuju dan mahir dalam menggunakan media sosial seperti *facebook*, *Instagram*, dan *tiktok* karena merupakan media yang sangat populer dan digunakan secara luas untuk berkomunikasi.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa UKM cenderung menggunakan teknologi yang praktis dan relevan dengan kebutuhan sehari-hari mereka, baik itu perangkat keras maupun lunak seperti *smartphone*, *laptop*, *microfost office*, *file sharing*, *photo editing*, dan media sosial. Teknologi ini membantu mereka meningkatkan efisiensi operasional, berkomunikasi dengan pelanggan, dan mempromosikan bisnis. Sebaliknya, teknologi yang lebih kompleks atau kurang relevan, seperti sistem ERP dan SAP, tidak banyak digunakan.

4.3. Pembahasan

Penulisan laporan ini bertujuan untuk mengetahui Usaha Kecil dan Menengah di DIY dalam sudut pandang kegunaan dan kemudahan pengguna untuk menggunakan aplikasi SiBakul Jogja. Selain itu, laporan ini bertujuan untuk mengetahui seberapa mahir Usaha Kecil dan Menengah di DIY dalam memanfaatkan perangkat teknologi digital untuk kegiatan bisnisnya. Selanjutnya memberikan rekomendasi kepada Dinas Koperasi dan UKM DIY guna meningkatkan literasi digital pada Usaha Kecil dan

Menengah. Secara garis besar, tanggapan responden memiliki hasil yang memuaskan. Karena dapat dilihat dari analisis deskriptif tanggapan responden, peneliti dapat mengetahui tingginya kesetujuan responden terhadap setiap pernyataan dalam konstruk. Hal tersebut mencerminkan bahwa teknologi digital seperti SiBakul Jogja telah memberikan kebermanfaatan dan kemudahan bagi pelaku UKM di Yogyakarta. Hal tersebut terbukti pada tanggapan untuk *Perceived Usefulness* dan *Ease of Use* memiliki nilai tinggi. Namun, untuk konstruk *Actual To Use Technology* rupanya masih menunjukkan nilai sedang. Oleh karena itu, adapun penyebab yang dihadapi oleh pelaku usaha dan menjadi alasan belum mahir dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi digital adalah:

1. Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan

Sebagaimana diuraikan dalam latar belakang, bahwa Usaha Kecil dan Menengah memiliki peran signifikan dalam perputaran ekonomi ditingkat lokal dan dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Namun kurangnya pengetahuan dan keterampilan mengenai literasi digital maka akan menjadi kendala dalam penggunaan teknologi secara efektif. Pelaku usaha yang tidak memiliki dasar pengetahuan yang kuat sering kali merasa kewalahan dengan perubahan teknologi yang cepat yang membuat pelaku usaha enggan untuk mencoba dan mempelajari teknologi baru.

2. Akses Terhadap Teknologi

Tidak semua pelaku usaha memiliki akses yang mudah dan terjangkau ke perangkat teknologi. Pelaku usaha cenderung lebih sering menggunakan teknologi yang sederhana dan familiar dan kurang tertarik pada teknologi yang kompleks yang bisa memberikan manfaat lebih besar. Hal tersebut karena pelaku usaha merasa kesulitan dalam mengintegrasikan teknologi digital dengan proses bisnis yang sudah ada, sehingga teknologi tersebut tidak digunakan secara optimal. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Deloitte Access Economics bahwa dalam memperluas jasa e-government, akses ke internet bagi public menjadi perhatian utama. Tanpa internet, jasa tersebut tidak dapat diakses. Selanjutnya, portal online yang sudah ada belum memungkinkan UKM untuk berkomunikasi secara interaktif tentang isu-isu yang berkaitan dengan aturan dan prosedur.

4.4 Rekomendasi Strategi bagi Dinas Koperasi dan UKM DIY

Berdasarkan uraian hasil pada tabel 4.10 dan 4.11 yaitu persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan aplikasi SiBakul menunjukkan bahwa pelaku usaha setuju aplikasi tersebut memberikan kebermanfaatan, seperti dapat mengakses fitur yang ada dalam platform seperti pelatihan, MarketHub, Galeri Pasar Gede YIA, dan fasilitas foto produk. Selain itu dalam sudut pandang kemudahan pengguna, pelaku usaha merasa bahwa aplikasi SiBakul membantu dalam proses kegiatan bisnisnya karena dapat fleksibel diakses kapan saja dan di mana saja. Namun untuk lebih

mengoptimalkan penggunaan aplikasi tersebut dalam hal memperluas pasar dan jangkauan kepada konsumen, penulis memberikan rekomendasi yang dapat dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY sebagai berikut:

A. Memberikan edukasi kepada masyarakat

Masih banyak masyarakat di Yogyakarta yang belum mengetahui tentang fitur pada aplikasi SiBakul Jogja serta cara menggunakannya untuk memesan produk UMKM. Oleh karena itu, diperlukan edukasi yang menyeluruh tidak hanya kepada pelaku usaha saja tetapi kepada masyarakat umum untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan dan manfaat aplikasi tersebut.

B. Melakukan Promosi Aplikasi SiBakul Jogja

Salah satu tujuan dari adanya aplikasi SiBakul Jogja yaitu untuk membantu UKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan sebagai platform pemasaran untuk mempromosikan produk mereka. Dengan adanya platform digital ini, produk-produk UKM akan dapat diakses oleh lebih banyak konsumen. Oleh karena itu, platform ini memerlukan promosi dengan sistem *marketing* yang baik. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY adalah menambah media promosi untuk lebih mengenalkan aplikasi SiBakul kepada Masyarakat. Media promosi tersebut meliputi, menyelenggarakan atau mengikuti *event* dengan menyediakan *booth* untuk demonstrasi dan pengunduhan aplikasi, pembuatan iklan layanan publik, rutin melakukan promosi di media sosial melalui konten kreatif seperti mengadakan *giveaway*. Hal

ini sejalan dengan langkah-langkah edukasi yang lebih proaktif dan promosi layanan public melalui media sosial sangat diperlukan agar Masyarakat lebih memahami dan memanfaatkan layann yang tersedia secara efektif (Darmawan et al., 2020)

Berdasarkan pembahasan pada sub bab 4.3, diketahui bahwa aspek penggunaan sesungguhnya terhadap teknologi digital harus menjadi fokus utama dalam pengembangannya. Penulis memberikan rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY sebagai berikut:

A. Mengadakan Program Pelatihan Yang Berkelanjutan

Mengadakan program pelatihan dan workshop yang berfokus pada peningkatan literasi digital pelaku usaha yaitu seperti, cara penggunaan *photo editing*, keamanan data, dan pemanfaatan fitur-fitur teknologi digital yang secara langsung dipraktikkan oleh pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan strategi dari Fuadi et al (2021) yang menunjukkan bahwa diperlukan strategi pendampingan dalam memberdayakan pelaku UKM, salah satunya melakukan pelatihan berkelanjutan dan pemantauan hasil dari pelatihan tersebut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Dalam penulisan tugas akhir magang dapat disimpulkan bahwa aplikasi SiBakul Jogja merupakan sebuah aplikasi yang mulai diluncurkan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY sejak tahun 2019 dan terus berkembang untuk dapat memudahkan pelaku usaha di Yogyakarta dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Seiring waktu usaha untuk meningkatkan jumlah pengguna aplikasi dan mengedukasi dalam peningkatan penggunaan teknologi digital ini terus dilakukan. Tugas akhir ini berupaya untuk mengidentifikasi tingkat kegunaan dan kemudahan aplikasi SiBakul Jogja. Selain itu, untuk mengetahui bagaimana sikap, niat, dan seberapa sering menggunakan teknologi digital yang lebih umum dalam operasional sehari-hari para pelaku usaha dengan menggunakan pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*)

Penulis melakukan penyebaran kuesioner dengan media google form yang isi oleh responden berjumlah 69 orang. Responden tersebut memiliki karakteristik yaitu Usaha Kecil dan Menengah harus sudah terdaftar pada aplikasi SiBakul Jogja dan memiliki *smartphone*. Data yang sudah didapatkan diolah dan dan mendapatkan kesimpulan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan pengguna pada aplikasi SiBakul Jogja dapat diterima dengan baik oleh UKM di Yogyakarta. Selain itu, sikap dan

niat terhadap penggunaan teknologi digital juga menunjukkan nilai rata-rata yang masuk ke dalam kategori setuju. Sedangkan penggunaan teknologi sesungguhnya mengenai seberapa mahir UKM perangkat keras dan lunak pada kegiatan usahanya menunjukkan nilai rata-rata yang masuk ke dalam kategori cukup setuju.

1.2. Saran

Saran yang dapat penulis berikan dari program magang ini untuk penulisan serupa di masa mendatang serta Dinas Koperasi dan UKM DIY yakni sebagai berikut:

1. Saran bagi pelaksanaan magang berikutnya:

Dalam pelaksanaan magang selanjutnya yang berkaitan dengan penggunaan teknologi digital terutama aplikasi SiBakul Jogja, perlu digali dalam alasan-alasan spesifik terkait penilaian aplikasi tersebut. Selain itu, sebaiknya mencari responden yang lebih representatif bagi pengguna aplikasi.

2. Saran bagi Dinas Koperasi dan UKM DIY

Sebagai pemerintah agar berperan aktif dalam membantu pelaku UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta untuk meningkatkan literasi digital. Dengan meningkatnya literasi digital, pelaku usaha akan lebih mampu bersaing di era digital saat ini dan lebih mudah dalam mengakses konsumen dari berbagai daerah, baik di dalam maupun luar negeri. Dengan literasi digital yang baik akan membantu UKM dalam meningkatkan kualitas produk, sehingga produk UKM dapat

memiliki daya saing yang lebih tinggi. DISKOP UKM DIY harus mampu memastikan bahwa perkembangan SiBakul Jogja harus tetap mempertahankan dua unsur yakni kebermanfaatan dan kemudahan agar dapat diterima sebagai inovasi yang membantu UKM dalam menjalankan bisnisnya. Selain itu, penting untuk fokus melakukan segmentasi yang lebih spesifik dengan menargetkan UMKM kelas bawah yang membutuhkan pendekatan lebih intensif dibandingkan dengan UMKM menengah yang lebih mapan. Segmentasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa layanan dan fitur dalam aplikasi secara efektif dapat memenuhi kebutuhan dan mengatasi tantangan yang dihadapi oleh segmen ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A. P. A New Recipe From My Facebook: How Digital Literacy Impacting Innovation Of Small Culinary Enterprises In Indonesia. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 182-200.
- American Library Association (ALA). (2006). Presidential committee on information literacy: Final report Association of College & Research <http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential>
- BAPPEDA DIY. (2024). APLIKASI DATAKU DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.
https://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/cetak/107-umkm
- Civelek, M., & Krajčák, V. (2022). How do SMEs from different countries perceive export impediments depending on their firm-level characteristics? System approach. *Oeconomia Copernicana*, 13(1), 55–78. doi: 10.24136/oc.2022.002
- Civelek, M., Krajčák, V., & Fialova, V. (2023). The impacts of innovative and competitive abilities of SMEs on their different financial risk concerns: System approach. *Oeconomia Copernicana*, 14(1), 327–354. doi: 10.24136/oc.2023.009
- Darmawan, A. K., Siahaan, D. O., Susanto, T. D., Walid, M., Umam, B. A., & Hidayanto, A. N. (2020, November). Identifying the differing service maturity levels of mobile-based smart Regency with e-government adoption model (GAM) framework. In *2020 International Conference on ICT for Smart Society (ICISS)* (pp. 1-6). IEEE.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.

- Davis, F.D. (1985). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New-End User Information Systems: Theory and Results. Disertasi. Massachusetts Institute of Technology.
- Deloitte. (2015). UKM Pemicu Kemajuan Indonesia: Instrumen Pertumbuhan Bangsa [Online]. Tersedia di <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/id/Documents/finance/id-fassme-powering-indonesia-success-report-bahasa-noexp.pdf>
- DISKOPUKM_DIY. (2023). LAYANAN DINAS KOPERASI DAN UKM DIY: “PENDATAAN KOPERASI DAN UMKM MELALUI PLATFORM SIBAKUL JOGJA. <https://diskopukm.jogjaprovo.go.id/?p=2871>
- Erlanitasari, Y., Rahmanto, A., & Wijaya, M. (2020). Digital economic literacy micro, small and medium enterprises (SMES) go online. *Informasi*, 49(2), 145-56.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Reading, MA: Addison-Wesley
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13.
- Ghobakhloo, M., & Ching, N. T. (2019). Adoption of digital technologies of smart manufacturing in SMEs. *Journal of Industrial Information Integration*, 16, 100107.
- Gilster, P., & Gilster, P. (1997). Digital literacy (p. 1). New York: Wiley Computer Pub.
- Haenfler, Ross, Brett Johnson, and Ellis Jones. 2012. “Lifestyle Movements : Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements,” 1–20

- Heidenreich, S., & Kraemer, T. (2016). Innovations—doomed to fail? Investigating strategies to overcome passive innovation resistance. *Journal of Product Innovation Management*, 33(3), 277-297.
- Huang, D., Jin, X., & Coghlan, A. (2021). Advances in consumer innovation resistance research: A review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120594.
- Islami, N. N., Wahyuni, S., & Puji, R. P. N. (2021, May). Digital literation of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in jember district. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 747, No. 1, p. 012097). IOP Publishing.
- Jasin, M., Anisah, H., Fatimah, C., Azra, F., Suzanawaty, L., & Junaedi, I. (2024). The role of digital literacy and knowledge management on process innovation in SMEs. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1), 337-344.
- Johnson, Robin, David Edmundson-bird, and Brendan Keegan. 2015. “Marketing Courses Digital Literacy : Digital Maturity or Digital Bravery ?” *Enhancing Learning in the Social Sciences* 4 (2): 1–15. https://doi.org/10.11120/elss.2012.040200_02.
- Kaur, P., Dhir, A., Singh, N., Sahu, G., & Almotairi, M. (2020). An innovation resistance theory perspective on mobile payment solutions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102059.
- Krajčík, V., Novotný, O., Civelek, M., & Zvolánková, S. S. (2023). Digital literacy and digital transformation activities of service and manufacturing SMEs. *Journal of Tourism and Services*, 14(26), 242-262.
- Latifah, L., Setiawan, D., Aryani, Y. A., Sadalia, I., & Al Arif, M. N. R. (2022). Human Capital and Open Innovation: Do Social Media Networking and Knowledge Sharing Matter?. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 116.

- Madhyastha, M. A. R. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Resistensi Penggunaan Aplikasi Layanan Publik. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1597-1625.
- Mahboob Kanafi, M. (2019). THE IMPACT OF DIGITAL LITERACY ON DIGITAL TRANSFORMATION AT THE WORKPLACE: DIGITAL IMMIGRANTS AND DIGITAL NATIVES.
- Mansur, D. M. (2022). Digital-based SME Innovation Development Strategy: Marketing, Entrepreneurship Insight and Knowledge Management. *Golden Ratio of Mapping Idea and Literature Format*, 2(1), 65-84.
- Martin, A. (2006). A European framework for digital literacy. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 1(2), 151-161.
- Moore, David, George McCabe, dan Bruce Craig. (2017). Introduction to the Practice of Statistics ninth edition. Macmillan Learning.
- RVSPK, R., Priyanath, H. M. S., & Megama, R. G. N. (2020). Digital literacy, business uncertainty & economic performance: An empirical study of small businesses in Sri Lanka. *Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*, 10(5), 50-76.
- Scuotto, V., Nicotra, M., Del Giudice, M., Krueger, N., & Gregori, G. L. (2021). A microfoundational perspective on SMEs' growth in the digital transformation era. *Journal of Business Research*, 129, 382–392.
- SIBAKUL. (2023). SiBakul Jogja Platform Transformasi Digital Koperasi. <https://sibakuljogja.jogjaprovo.go.id/blog/timteknis/sibakul-jogja-platform-transformasi-digital-koperasi/>
- Softina, R. A., Amin, F. M., & Wahyudi, N. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi innovation resistance dan intention to use terhadap penerapan pembayaran non tunai. *J. Sist. Inf. Bisnis*, 12(1), 26-35.

- Sousa, M. J., & Rocha, ' A. (2019). Skills for disruptive digital business. *Journal of Business Research*, 94, 257–263.
- Telaumbanua, O., Waruwu, S., Hulu, F., Kakisin, S. M., & Lahagu, P. (2024). Analisis Resistensi Pegawai dalam Melakukan Pelayanan Pada Penerapan Aplikasi E-Samsat Sumut Bermartabat di UPT Samsat Gunungsitoli. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 2969-2978.
- Zahoor, N., Zopiat, A., Adomako, S., & Lamprinakos, G. (2023). The micro-foundations of digitally transforming SMEs: How digital literacy and technology interact with managerial attributes. *Journal of Business Research*, 159, 113755.
- Zhao, K., Wu, W.-S., & Ye, J.-M. (2021). SMES' innovation policy" on innovation of technology-based smes: a fuzzy regression discontinuity design. *Hitotsubashi Journal Of Economics*, 62(1), 1–32. doi:10.15057/hje.2021001

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Penerimaan Peserta Magang



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH

မိမိကတော့ ချစ်သူမရှိဘူးလို့ ပြောနေတာပဲ။

Jl. HOS. Cokroaminoto, No. 162, Tegalrejo, Yogyakarta 55244

Telp/fax (0274) 515622 Website :

diskopukm.jogjaprovo.go.id email:

diskopukm@jogjaprovo.go.id

Hal : 423/2096 Lampiran : 1
: Penerimaan Mahasiswa Peserta Pendampingan
Koperasi dan Pelaku Usaha DIYProgram MSIB
Kampus Merdeka

LETTER OF
ACCEPTANCE

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ir. Srie Nurkyatsiwi, M.M.A.

Jabatan : Kepala Dinas

Nama Perusahaan/Organisasi : Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah
Daerah Istimewa Yogyakarta

Selaku penanggung jawab Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) KampusMerdeka Angkatan 04 periode tahun 2023, dengan ini menyatakan bahwa nama-nama terlampirmerupakan peserta program **Magang** di Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Daerah Istimewa Yogyakarta dengan pelaksanaan pada 16 Februari- 30 Juni 2023.

Demikian surat ini kami sampaikan sebagai kelengkapan syarat administrasi program MSIB Angkatan04 periode tahun 2023 dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 Februari 2023

KEPALA



Ir. SRIE NURKYASIWI, M.M.ANIP. 19660612 199403 2 007 ...

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE) Badan Siber dan Sandi Negara

Daftar Nama Mahasiswa Peserta Magang Bersertifikat - Dinas Koperasi dan UKM DIY

No	ID Kegiatan	Nama	Asal Perguruan Tinggi	Program Studi	Posisi	Periode Pelaksanaan	Metode Pelaksanaan	Bantuan Biaya Hidup per Bulan yang Diajukan
1	4109899	Dzaki Zain Purnama	Universitas Gadjah Mada	Ilmu Ekonomi	Pendamping Kewirausahaan	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
2	4111494	SHINTYA NOVITASARI PUTRI ISNAINI	Universitas Trunojoyo	Ilmu Komunikasi	Penyusun Pelayanan Dinas Koperasi dan UKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
3	4873149	SIRLE MARGARETA VINCI	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Ilmu Komunikasi	Pendamping Pemasaran Produk di Teras Malioboro	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
4	4010270	JIHAN IMALIANA RIZKI	Universitas Brawijaya	Ilmu Perpustakaan	Penyusun Pelayanan Dinas Koperasi dan UKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
5	3990037	RICKY NARDIYONO	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Pendamping UMKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
6	5695761	LUIZA WINNIE ALICIA SIANTURI	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Pendamping UMKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
7	5696614	MAHAYU DYAH PRAMUNDITA	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi Pembangunan	Pendamping UMKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
8	4071064	AMBAR KINANTHI	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Ekonomi Pembangunan	Pendamping Koperasi	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
9	4558857	Imam Fadhil Nugroho	Universitas Tidar	Ekonomi Pembangunan	Pendamping Koperasi	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
10	4832108	MUHAMMAD WHISNU ADE MULIA	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Pendamping Koperasi	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000

11	5407800	FAYADHIKO WICAKSONO	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Ilmu Komunikasi	Pendampi ng Pembiaya an KUMKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
----	---------	------------------------	---	--------------------	---	---------------------------------------	---------	-------------

12	4975068	MUHAMMAD IRSYAD ALFIKRI	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Pendampi ng UMKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
13	4274102	Diah Riswari	Universitas Negeri Yogyakarta	Akuntansi	Pendampi ng Pembiaya an KUMKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
14	4293006	Nabila Asylasyrry Mutia	Universitas Gadjah Mada	Manajemen	Pendampi ng UMKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
15	4303800	ANISA SRILATIFAH	Universitas Amikom Purwokerto	Ilmu Komunikasi	Pendampi ng Pemasara n Produk di Teras Malioboro	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
16	5057226	Ahmad Daroquthni	Universitas Negeri Yogyakarta	Akuntansi	Pendampi ng Pembiaya an KUMKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
17	5058438	CHAEZAR EDDEN	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Akuntansi	Pendampi ng Pembiaya an KUMKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
18	4376875	NOVITA TRIO KHASANAH	Universitas Gadjah Mada	Pengelolaan Arsip dan Rekaman Informasi	Penyusun Pelayanan Dinas Koperasi dan UKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
19	4420450	Amalia Febri Setiyowati	Universitas Negeri Semarang	Manajemen	Pendampi ng Pemasara n Produk di Teras Malioboro	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
20	4458062	AZMIARTA RICA RUSMANA	Universitas Malahayati	Manajemen	Pendampi ng Kewirausa haan	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000

21	4524581	YUSTIKA ARGA PUSPITA	Universitas Negeri Semarang	Ekonomi Pembangun an	Pendampi ng Koperasi	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
22	4526266	YOAN GABRIELA SADA	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Ilmu Komunikasi	Pendampi ng Pemasara n Produk di Teras Malioboro	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000

23	4532543	DINDA ARTYA HAMIDAH	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Pendampi ng UMKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
24	4540816	Tulus Prasetyo Utomo	Universitas Sebelas Maret	Manajemen	Pendampi ng Kewirusaha aan	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
25	4541986	ADITYA BAGUS SATRIYO	Universitas Negeri Malang	Manajemen	Pendampi ng Kewirusaha aan	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
26	5139647	PUTRI HANDAYANI	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Akuntansi	Pendampi ng Koperasi	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
27	4673823	ULFA MAR`ATUS SHOLIHAN	Universitas Islam Balitar	Manajemen	Pendampi ng Kewirusaha aan	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
28	4002623	PRAMETSAR Y WAHYU PRATAMA	Universitas Gadjah Mada	Pembangun an Ekonomi Kewilayahan	Pendampi ng Kewirusaha aan	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
29	4002976	Zeptanus Ricky Vernando Rudianto	Universitas Nusantara PGRI Kediri	Manajemen	Pendampi ng Kewirusaha aan	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
30	4355318	YOHANA NAPITUPULU	Universitas Gadjah Mada	Ilmu Komunikasi	Pendampi ng Pembiaya an KUMKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
31	4522212	ANINDITA BAYU RAHMAWATI	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Ilmu Komunikasi	Pendampi ng UMKM	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000
32	4457776	NITA RAHMAWATI	Universitas Malahayati	Manajemen	Pendampi ng Kewirusaha aan	16 Februari 2023 - 30 Juni 2023	Offline	Rp2.800.000

Lampiran 2. Kuesioner Survei

Kepada Yth.

Saudara/Saudari Responden

Di tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Dinda Artya Hamidah selaku mahasiswi S1 program studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia memohon kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi beberapa pertanyaan kuesioner di bawah ini sebagai data penelitian tugas akhir (magang) yang berjudul “Strategi Peningkatan Literasi Digital Melalui Penggunaan Teknologi Digital Oleh Usaha Kecil dan Menengah Binaan Dinas Koperasi dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui tingkat penerimaan Usaha Kecil dan Menengah di DIY dalam sudut pandang kegunaan dan kemudahan pengguna untuk menggunakan aplikasi SiBakul Jogja, serta untuk mengetahui seberapa mahir UKM di DIY dalam memanfaatkan perangkat teknologi digital untuk kegiatan bisnisnya. Selain itu, tugas akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan program sarjana S1 Manajemen.

Kajian tersebut menyasar pelaku Usaha Kecil Menengah binaan Dinas Koperasi dan UKM DIY. Sebagai peneliti, kamu sangat berterima kasih kepada responden yang bersedia dan terlibat untuk mengisi survei ini. Data responden akan dijaga kerahasiaannya dan kami mohon untuk memberikan pendapat sejujur mungkin.

Bagi 5 responden yang beruntung akan mendapatkan saldo e-wallet Rp. 50.000/orang dari peneliti.

Terima kasih atas kesediaan waktu dan kerja sama Anda untuk mengisi kuesioner ini,

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Bagian 1. Pertanyaan Demografis

No.	Karakteristik	Pilihan Jawaban
1.	Nama	
2.	Jenis Kelamin	☐ Laki-laki
		☐ Perempuan
3.	Usia Responden	☐ 21 – 25 tahun
		☐ 26 – 30 tahun
		☐ 31 – 35 tahun
		☐ 36 – 40 tahun
		☐ 41 – 45 tahun
		☐ > 46 tahun
4.	Posisi di UKM saat ini	☐ Pemilik
		☐ Manajer/ Direktur UKM
		☐ Pemilik sekaligus merangkap sebagai Manajer/Direktur
		☐ Staff/Pegawai/Karyawan Senior
5.	Pendidikan Terakhir	☐ Lebih rendah dari SMA
		☐ SMA atau sederajat
		☐ Sarjana

		☐ Master/Magister
		☐ S3/Doktor
6.	Bidang/Sektor UKM	☐ Kuliner
		☐ Fashion
		☐ Kerajina (Craft)
		☐ Jasa
		☐ Manufaktur
		☐ Lainnya: ...
7.	Jumlah Tenaga Kerja	☐ Kurang dari 5 orang
		☐ 5 – 19 orang
		☐ 20 – 99 orang
		☐ Lebih dari 99 orang
8.	Omset penjualan per tahun	☐ Maksimal Rp 300 juta
		☐ >Rp 300 juta – max Rp 2,5 miliar
		☐ >Rp 2,5 miliar – max Rp 50 miliar
9.	Usia usaha sejak didirikan	☐ Kurang dari 5 tahun
		☐ 5 – 10 tahun
		☐ Lebih dari 10 tahun

Bagian 2. Pertanyaan Kuesioner

Instruksi Menjawab Pertanyaan

Terdapat alternatif jawaban, silahkan tandai salah satu dari 6 pilihan. Pilihan jawaban tersebut menunjukkan referensi pengalaman Anda. Pilihan jawaban sebagai berikut

Keterangan :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. ATS : Agak Tidak Setuju
4. AS : Agak Setuju
5. S : Setuju
6. SS : Sangat Setuju

1. *Perceived Usefulness* (Sudut Pandang Kegunaan Aplikasi)

No.	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	UKM kami merasa aplikasi SiBakul akan memungkinkan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat						
2.	UKM kami merasa menginstal dan menggunakan aplikasi SiBakul membuat pekerjaan lebih mudah dilakukan						
3.	UKM kami merasa menggunakan aplikasi SiBakul berguna untuk melakukan berbagai pekerjaan						
4.	UKM kami merasa menggunakan aplikasi SiBakul akan meningkatkan produktivitas						

2. *Perceived Ease Of Use* (Sudut Pandang Kemudahan Aplikasi)

No.	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	UKM kami merasa aplikasi SiBakul mudah untuk digunakan						
2.	UKM kami merasa aplikasi SiBakul mudah untuk dipelajari						

3.	UKM kami merasa aplikasi SiBakul mudah untuk digunakan di <i>smartphone</i> atau <i>device</i> lainnya						
4.	UKM kami merasa aplikasi SiBakul mudah dan fleksibel untuk digunakan kapan saja dan di mana saja						

3. *Attitude Toward Using Technology*

No.	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	UKM kami suka bekerja menggunakan teknologi digital						
2.	UKM kami dapat bekerja lebih baik menggunakan teknologi digital						
3.	UKM kami dapat membuat pekerjaan lebih menarik menggunakan teknologi digital						
4.	UKM kami lebih termotivasi bekerja menggunakan teknologi digital						
5.	UKM kami dapat bekerja lebih mandiri menggunakan teknologi digital						

4. *Behavioral Intention To Use*

No.	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	UKM kami yakin dapat mencapai tujuan yang sudah ditetapkan menggunakan teknologi digital						
2.	UKM kami yakin dapat menyelesaikan pekerjaan yang sulit menggunakan teknologi digital						
3.	UKM kami dapat menemukan jawaban dengan cepat menggunakan teknologi digital						
4.	UKM kami dapat menyelesaikan banyak tantangan menggunakan teknologi digital						
5.	UKM kami dapat bekerja dengan baik ketika menghadapi hal yang berat menggunakan teknologi digital						

Instruksi Menjawab Pertanyaan

Terdapat alternatif jawaban, silahkan tandai salah satu dari 6 pilihan. Pilihan jawaban tersebut menunjukkan referensi pengalaman Anda. Pilihan jawaban sebagai berikut

Keterangan :

1. STM : Sangat Tidak Mahir
2. TM : Tidak Mahir
3. ATM: Agak Tidak Mahir
4. AM : Agak Mahir
5. M: Mahir
6. SS : Sangat Mahir

5. *Actual To Use Technology*

No.	Pernyataan	STM	TM	ATM	AM	M	SM
1.	Smartphone						
2.	Komputer						
3.	Laptop						
4.	Tablet atau iPad						
5.	Wearable device (smartwatch						
6.	Radio						
7.	Microsoft Office (Word, Excel, Power Point)						
8.	File sharing (Gdrive, Google Box)						
9.	Photo Editing (Photoshop, Canva)						
10.	Email service (Gmail, Outlook)						
11	Media sosial (Facebook, Instagram, Tiktok)						
12.	Sistem ERP (Enterprise Resource Planning)						
13.	SAP						

Lampiran 3. Foto Kegiatan Magang



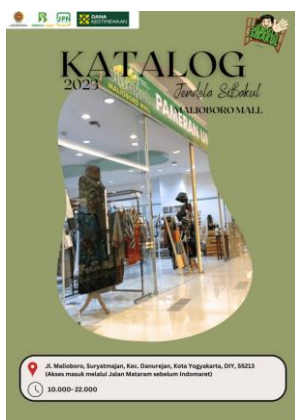
Pembekalan Mentor



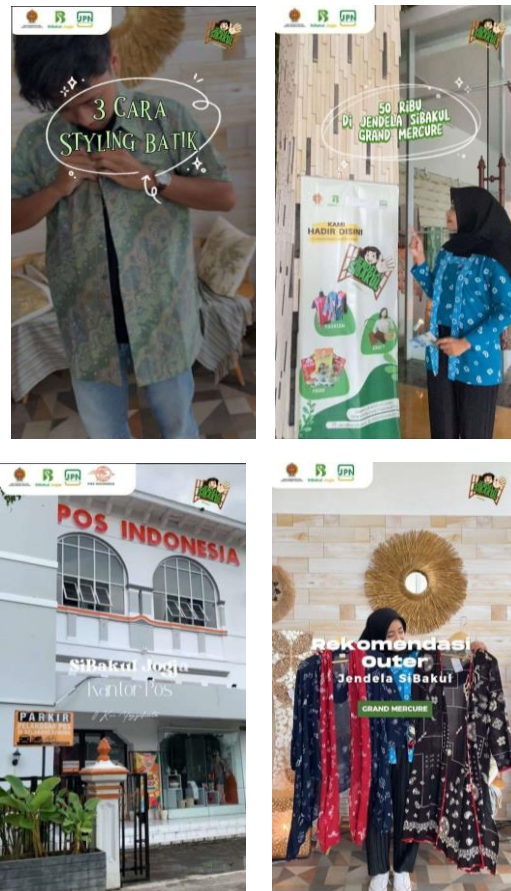
Sosialisasi SiBakul Jogja

Tim 3 (Alvin, Dinda)									
	Lokasi	Jadwal	Kategori	Konten	Detail	Referensi	Caption	Status	Link
1	Raha, 1 Maret	Education	Pengertian SiBakul Kantor Pos	Menjelaskan keberadaan lokasi SiBakul, jam buka, apa saja jenis produk					
2	Kamu, 2 Maret	Information	Macam-macam produk ecoprint	Menjelaskan berbagai macam produk yang dihasilkan dari ecoprint					
3	Sam, 3 Maret	Creative	Snack Random Challenge	Mengidentifikasi produk makanan dari warna packagingnya					
4	Sam, 4 Maret	Entertainment	Review produk makanan, pengiraian label produk	Mengulas pengiraian label produk					
5	Selena, 7 Maret	Promotion	Berbagai jenis minuman keramik	Short video-jenis produk dari keramik					
6	Raha, 8 Maret	Information	Macam-macam motif batik & filosofinya	Short detail motif batik, memberi penjelasan tentang makna & filosofinya					
7	Kamu, 9 Maret	Education	Outfit Baju	Rakomendasi outfit informal atau casual seperti kaos, celana batik pendek					
8	Sam, 10 Maret	Education	3 Kavalitas saat memakai batik	Memberi contoh cara penggunaan batik yang benar					
9	Sam, 13 Maret	Creative	Rakomendasi Outfit	Memberi rakomendasi 4 model outfit untuk wanita					
10	Selena, 14 Maret	Creative	50s Dapet Snack Apa Aja?	Belanja snack dengan uang 50 ribu, menunjukkan snack apa saja yang didapatkan					
11	Raha, 15 Maret	Information	Ukudak & Paci	Short video motif ukudak dan ty on paci					
12	Kamu, 16 Maret	Creative	Camilan buat nemenin belajar	Mendemonstrasikan camilan untuk nemenin kegiatan belajar					
13	Sam, 17 Maret	Information	Product descriptions (makanan)	Menjelaskan mengenai produk, apa kandungan dari produk, short foto					
14	Sam, 19 Maret	Education	(TIP) Cara merawat batik agar tahan lama	Menjelaskan perawatan untuk batik, apa saja yang harus dilakukan untuk					
15	Selena, 20 Maret	Information	Rakomendasi Makanan untuk Ramadhan (Batik Good)	Try on beberapa produk makanan					
16	Raha, 21 Maret	Information	What's In My Skincare Pouch (Akha Beauty)	Mempertunjukkan apa saja skincare yang ada di dalam pouch, menjelaskan nama dan manfaatnya					
17	Kamu, 23 Maret	Promotion	Review Search UMKM	Review search menyebarkan dengan produk yang					
18	Sam, 24 Maret	Promotion	Rakomendasi Tas Pita (Kalanata)	Try on beberapa model tas built untuk pita					
19	Sam, 27 Maret	Information	Kelahiran produk ecoprint & cara merawat	Menceritakan cara pembuatan produk ecoprint, apa yang membuat produk ecoprint beda dari yang lain					
20	Selena, 28 Maret	Information	Rakomendasi Tas Rapiet Wanita (Malahabi)	Try on beberapa model tas rapiet untuk wanita					

Content Planning Jendela SiBakul



Beberapa Hasil Katalog Produk UMKM



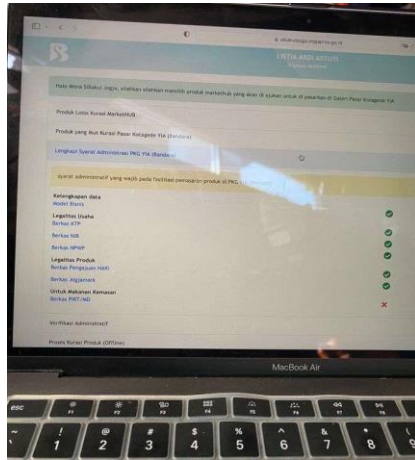
Hasil dari *Content Planning*



Bimtek CPPOB



Pendampingan UMKM Kota Yogyakarta



Updating Data SiBakul Jogja



Pendamping SiBakul Jogja



Pendampingan Kegiatan Dinas



Pelaporan dengan Mentor



Pelepasan Magang Bersertifikat Batch 4 Dinas Koperasi dan UKM DIY